

KOBİ

OCAK 2013

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

TURİZMDE BÜYÜME FIRSATLARI

**TURİZM SEKTÖRÜ BU YILDAN NE BEKLİYOR?
EN ÇOK HANGİ ALANLARDA BÜYÜME ÖNGÖRÜLÜYOR?
TURİZMİN YENİ TRENDLERİ NELER?**

**Doğuş Grubu'nu ikna etti,
hayalini gerçekleştirdi**

**Yazırlı Yonca Arıner şarapta
başarılı nasıl yakaladı?**

**ERA Gayrimenkul
yeni danışmanlar peşinde**

**Türkiye'nin en mobil
girişimcileri aranıyor**

YATIRIM FIRSATI: 25 ÜLKEDEN İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI



İŞİM YENİ, DESTEĞİM GARANTİ!

İŞİMİ KURUYORUM DESTEK PAKETİ GARANTİ'DEN.

- İşletme Hesabı • İşimi Kuruyorum Kredisi • Franchise Giriş Bedeli Kredisi
- Yeni İş Sahibi Bonus Business Card • Girişimci El Kitabı
- Kobim Garantide İşyeri Sigortası

Avrupa Birliği'nin Rekabetçilik ve Yenilikçilik Çerçeve Programı altında çıkartılan garanti kapsamında finansman sağlanmaktadır.

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



 **Garanti**
Başka bir arzunuz?



Burcu Tuvay
btuvay@ekonomist.com.tr



Turizmde keyifler yerinde mi?

Turizm sektörü Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden biri. Sektör 2012'yi düşüşe geçmeden yine hedeflediği doğrultuda tamamladı. Hatta Avrupa'daki krizin 2012 yılına yansımaları bile sektörün görünümünü negatife çeviremedi.

Uluslararası otel markalarının Türkiye'ye girmek için adeta yarıştığı, yatırımcıların mevduatları için güvenli ve karlı bir araç olarak düşündükleri otel yatırımı konusunda ciddi kararlar verilen bir yıl geçirdik. 2011 yılında verilen toplam turizm teşvik belgesi 4 bin 619 iken bu sayı 2012 yılında yaklaşık 4 bin 900 civarlarına ulaştı.

Sektörün bu yıl da 33 milyon turist hedefi bulunuyor. Toplam gelirin de 24.5 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Sektörün 2013'e yönelik beklentisi ise iyimser. Yeni yatırımların devreye girmesi ve erken rezervasyonun da etkisiyle sektör temsilcileri, 2013'ü iyimser bir hava

içerisinde karşıladı.

2013 yılında turizmde online satış pazarında ciddi bir büyüme bekleniyor. Tur satışlarından, otel rezervasyonuna, uçak biletinden, sinemaya kadar aslında turizmin birçok farklı uzantılarını barındıran ve tamamlayıcı olan aktiviteler sosyal medya denen kurgu ile ortak potada buluştu. Bunu oteline, acentesine, restoranına hatta evine uygulayabilen kişiler online satış pazarında bu büyümeyi oluşturacaklar.

Tüketici alışkanlıkları ise artık mobilize olmuş durumda. Twitter, Facebook, Google+ gibi kavramlar turizm içerisinde artık kendine daha fazla yer bulmaya başladı. Zira bu saydıklarımızın hepsi, birer potansiyel turizm ve turizm uzantılarının kullanıcıları. Dolayısıyla bu yıl attığımız Tweetler'in, girdiğimiz iletilerin geçirdiğimiz tatillere, kaldığımız otellere, dolaylı olarak da turizm sektörüne referans olarak gösterileceği ifade

ediliyor. Bunun yanı sıra bu yıl pek çok otel yatırımının tamamlanarak, faaliyete başlaması bekleniyor.

Turizmin en gözde yatırım şehri ise İstanbul. İstanbul, Avrupa'nın 3'üncü en çok ziyaret edilen şehri. Doğal olarak yatak kapasitesinde de bir ihtiyaç söz konusu. Ancak bu konuda sektör temsilcilerinin uyarılarına kulak tıkamamalı: Bu otel inşaatlarının, yerel yönetimlerin şehir planlamacılığı olarak bölgenin ihtiyacını otel, hastane, okul gibi fonksiyonlarla adet bazında belirlemesi gerektiğine dikkat çekiyorlar.

Ülkede inşa edilen AVM'lerin de bu plansızlık çerçevesinde yapıldığı düşünülünce bu uyarıya hak vermemek mümkün değil. Kapak haberimizde turizm sektörünün 2013 fotoğrafını çektik ve sektörün beklentilerini, planlarını her yönüyle ele aldık.

Hepinize iyi bir ay geçirmeniz dileğiyle...

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



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, Gözde Yeniova, Burcu Tuvay,
Mustafa Gündoğdu, Kıvanç Özvırdar, Sibel Atik,
Ayşegül Sakarya Pehlivan

MARKA MÜDÜRÜ Pınar Aşçıoğlu Gürus
SAYFA UYGULAMA Fatih Kubilay 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
İŞ GEN. VE PROJELER DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Ferit Özkaşıkçı
SATIŞ DİREKTÖRÜ Orhan Taşkın
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoglu

REKLAM

GRUP BAŞKANI Viki Habir
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
Sanayi Mahallesi 1650.Sokak No:2
Doğan Medya Tesisleri Esenyurt/İstanbul
Tel: 0 212 622 19 00

DAĞITIM

Yaysat AŞ 0 212 622 22 22

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık



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.

İÇİNDEKİLER

2013 yılında 25.4 milyar dolar gelir ve 33 milyon turist hedefleyen turizm sektörü yeni yıla umutlu girdi. Sektörün en büyük itici gücünün erken rezervasyonlar olması bekleniyor. Erken rezervasyonların bu yıl, geçtiğimiz yıllara kıyasla daha da erken başlaması bekleniyor. Birçok renovasyon çalışmalarına başlarken, yeni yatırımlar da bu yıl içerisinde hizmet açılacak.



Gelişmiş ülkelerde, halkın içme suyunu su arıtma cihazları yardımıyla kendilerinin ürettiğini gözlemleyen girişimci Emre Ermiş, üç yıllık bir çalışmanın sonucunda kendi su arıtma makine markası Waterbox'ı yarattı. Türkiye'de bu alanda üretim yapan tek şirket olan Waterbox, geçen yılki 20 milyon liralık cirosunu, 2013'te 30 milyon liraya çıkarmayı hedefliyor.



2008 yılından beri sağlıklı ve dengeli beslenmek isteyenler için kişiye özel beslenme programları sunan MFB, Ekim 2012'de uzmanlığını franchising yoluyla Azerbaycan'a taşıdı. Türkiye'den bir diyet sistemini ihracat eden ilk firma olduklarını belirten MFB ortaklarından Joyce Israel, "2013'te önceliğimiz yurt içinde büyümek ama 2013-2014 yılında Birleşik Arap Emirlikleri, KKTC'ye franchise vermesi de planlanıyor" diyor.

05 Aile şirketlerinde güveni kazanmak zor

06 KOBİ GÜNDEMİ

10 KAPAK KONUSU

Turizmde itici güç erken rezervasyonlar olacak

16 Türkiye'nin en mobil girişimcileri aranıyor

18 Yazır'dan çıktı, şato tipi şarabın zirvesine yürüyor

20 Türkler kendi işinin patronu olmak istiyor

22 Bulanık su girişimcisi 30 milyon liraya koşuyor

24 Doğu Grubu'nu ikna etti hayalini gerçekleştirdi

26 Paranızı siz değil ParaBilir harcayacak

28 Özbilenler üç kuşaktır balık ağı dokuyor

30 Masaj koltuğuyla yurt dışına açılacak

32 ERA gayrimenkul yeni danışmanlar arıyor

34 Dengeli beslenmeyi dışarıda da öğretecek

36 Yoyo, araçları Hindistan ve İspanya'yla paylaşacak

38 Solotrans rotayı Afrika'ya çevirdi

40 Doç. Dr. Volkan Demir: KOBİ'lerde teknoloji kullanımı

42 Temizlik sırası Avrupa ve Balkanlara geldi

43 Vergi takvimi

44 Yurtiçi fuar takvimi

45 Yurt dışı fuar takvimi

46 Yurt dışı mal talepleri

50 Prof. Dr. Ali Beba: Crowdfunding: Girişimciler İçin Yeni Bir Fonlama Yöntemi

Trakya'nın Yazır bölgesinde 19 yıldır şarap üretimi gerçekleştiren Yonca ve Umur Armer kardeşler, şato tipi şarap üretiminde Türkiye'deki en büyük üç şirketten biri. QR Code uygulamasıyla beş dilde tadım notlarının okunmasını sağladıklarını ifade eden Armer, "Bu uygulama Türkiye'de bir ilk oldu. Bir ihtiyacı karşıladı" diyor.



Türkiye'nin ilk naylon ipiliktan balık ağı dokumasını Türkiye'ye getiren Çeşitler Mensucat, bugün yıllık 700 ton üretim kapasitesine sahip. Üçüncü kuşağın yönetimindeki Çeşitler Mensucat, Bulgaristan, Romanya, Yunanistan gibi ülkelere temsilcilikler açarak, ihracata da başlayacak.



Araç paylaşımı (car sharing) modelinin Türkiye'deki ilk uygulaması olan Yoyo, yurt dışına açılmaya hazırlanıyor. Yoyo'nun kurucularından Berkman Çavuşoğlu, Hindistan ve İspanya pazarına girmek için yerel ortaklarla görüşmelerini söylüyor.

ETKİNLİK

Aile şirketlerinde güveni kazanmak zor

Anadolujet öncülüğünde küçük ve orta ölçekli şirketleri Türkiye'nin 2023 vizyonuna hazırlayan 'Aile Şirketlerinde Marka Zekâsı-BQ ve Kurumsallaşma' söyleşi, 21 Aralık'ta Samsun'da gerçekleşti. Uluslararası danışman, eğitimci, koç ve yazar Dr. Şaban Kızıldağ, KOBİ'lerin profesyonellere zor güvendiklerini belirterek, bu durumun kurumsallaşmayı olumsuz etkilediğine dikkat çekti.



Anadolujet'in başta KOBİ'ler olmak üzere Anadolu'da faaliyet gösteren aile şirketleri, sanayici, işadamları ve girişimcilere rehberlik etmeyi hedeflediği buluşmaların üçüncüsü Samsun'da düzenlendi. 21 Aralık 2012 tarihinde Samsun AKM Küçük Sahne'de 'Aile Şirketlerinde Marka Zekâsı-BQ ve Kurumsallaşma' konulu söyleşi ile Samsunlu girişimcilerle buluşan Anadolujet, markalaşmak ve kurumsallaşmak isteyen yerel işletmelere seslendi.

Samsun Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Salih Zeki Murzioğlu, Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerine ulaşabilmesi için KOBİ'lere çok büyük iş düştüğünü belirtti.

"Marka zekâsı vizyon gerektirir"

Ekonomist Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Talat Yeşiloğlu ise Çin ve Hindistan'ın önümüzdeki beş yıl içinde yaratacakları ekonomik bü-

yüklüğün 6 trilyon dolar olduğunu, bu pastadan yüzde 1'lik bir pay alınmasının 60 milyar dolarlık bir ekonomi yaratacağını söyleyerek, şöyle devam etti:

"Türkiye, bu fırsatı görüp Hindistan, Çin ve Afrika gibi pazarlara yapacağı ihracat atağı ile 2023 hedeflerine ulaşabilir. Bu ülkelerin ekonomik büyüklüğü ve büyümesi önemli bir potansiyel oluşturuyor ama maalesef şu anda Türkiye'nin bu ülkelerle dış ticaret açığı var. Bu

denenin değişmesi için KOBİ'lere ve aile şirketlerine büyük görev düşüyor."

Dr. Şaban Kızıldağ ise marka zekâsının, entegre iletişim faaliyetlerinin bütünü oluşturduğunu ve kurumsallaşmış yapılarda yöneticilerin ürün ve hizmetlerini bütünlük pazarlama bakışı açısıyla yönetmesi gerektiğini ifade etti. Kızıldağ, "Türkiye'de şirketlerin en temel sorunu marka olma yolunda reklam, halkla ilişkiler ve pazarlama gibi hizmetleri bütüncül bir bakış açısıyla görememelerinden kaynaklanıyor. Şirketler kendilerini bütün olarak algılayamadıkları için ne marka zekâları ne de kurumsal kimlikleri oluşuyor" dedi.

Yeni sisteme geçişte tereddüt

Anadolu'daki şirketlerin kurumsallaşması önündeki en önemli engel ise güven sorunu olduğunun altını çizen Kızıldağ, KOBİ'lerin ve aile şirketlerinin kurumsallaşma konusunda ciddi sıkıntılar yaşadığını, özellikle aile şirketlerinde yetki devrinde sorunlar görüldüğüne dikkat çekti. Profesyonellere güvenilmediğini belirten Kızıldağ, şöyle devam etti:

"Yeni sistemlere geçiş yaparken pek çok şirket tereddüt gösteriyor. Farklı yapılanma ve uygulamaları önce başka işletmelerin denemesi daha sonra kendilerinin uygulamasını istiyorlar. Bu durum bir taraftan kurumsallaşmayı olumsuz etkilerken, diğer taraftan, markaların öncü olma fırsatının ellerinden gitmesine neden oluyor."

En güçlü sektörler: Medikal, inşaat, mobilya

Anadolujet, Samsunlu KOBİ'lerin şehirlerine bakışını değerlendiren bir araştırma yaptı. Araştırmaya göre Samsun özelinde katılımcılar tarafından en güçlü olarak gösterilen üç sektör arasında medikal, inşaat ve mobilya geliyor. Katılımcılar tarafından en zayıf olarak değerlendirilen kimya, turizm ve tekstil sektörlerine karşın özellikle medikal diğer Anadolu şehirlerine oranla Samsun'da gelişmiş durumda.

KOBİ GÜNDEMİ

Mobilyacılar dar boğazı ihracatla aştı

■ İhracat alanında yakaladığı olumlu ivme ile ekonominin başat sektörlerinden biri haline gelen mobilya sektörü, 2012 yılını buruk kapattı. Yılın son yarısında iç piyasada yüzde 10 gerileme gözlemlenen sektörde faaliyet gösteren üreticiler, zor günler yaşadı. Sektörün karşılaştığı bu gerilemeyi ve 2012'yi değerlendiren MASKO Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Karcı, "Sektörümüz, 2012 yılında da Türkiye ihracatındaki kritik önemini korudu. Geçen seneyi ihracat alanında yüzde 20 büyümeye kapatan sektörümüz, 2012 yılında da ihracatta yüzde 20 büyümeye yaşadı. Ancak iç piyasadaki satışlarda maalesef beklenen hamle gerçekleşmedi ve son altı ay içinde mobilyada iç piyasada yüzde 10 gerileme görüldü" dedi.

Özellikle yılın son altı ayında yaşanan küçülmenin MASKO'daki satışları negatif etkilediğini anlatan Karcı, MASKO'daki mobilya satışlarında da son altı aylık dönemde yüzde 10 oranında düşüş gerçekleştiğini ifade etti. Bu sıkıntılı durumu ihracatla aştıklarını kaydeden Karcı, ihracatta yüzde 25 büyümeye yakaladıklarını söyledi.



Tekstilde Türk-Japon işbirliği

■ Türk tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatta yeni pazarlar kazanmak için çalışmalarını sürdürüyor. Japonya'ya ihracatını arttırmak isteyen Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği ve Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, Japonya Tekstil İthalatçıları Derneği'ni İzmir'de ağırladı. Japonya Tekstil Federasyonu'ndan Hideki Ijuin, ülkelerindeki tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin coğrafi yakınlığın yarattığı kısa temin süresi ve avantajlı fiyat sebebiyle yüksek oranda Çin'e bağımlı olduğunu ancak Çin'deki üreticilerin artık daha fazla AB ve ABD'ye satış yapmayı tercih etmeleri ve Çin'de artan işgücü maliyetleri ile Yuan'daki dalgalanmalar sebebiyle artık Çin'e alternatif tedarikçi ülke bulmak zorunda olduklarını belirtti. Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim

Kurulu Başkanı Emre Kızılgüneşler ise sektör olarak Japon ithalatçıların taleplerini karşılayabilecek kapasitede olduklarını belirterek, Japon ithalatçılarından prosedürleri azaltması çağrısında bulundu.

Türkiye'nin yıllık 24 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini ve dünyanın en büyük tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkelerinden birisi olduğunu hatırlatan Kızılgüneşler, "Japonya'ya olan ihracatımız ise sadece 38 milyon dolar seviyelerinde. Ege İhracatçı Birlikleri'nden 2011 yılında tüm dünyaya yaklaşık 1,5 milyar dolar tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapılırken, Japonya'ya ise sadece 3 milyon dolar ihracat yapıldı. İhracatta Japonya'nın payı yüzde 1'i bulunmuyor. Türkiye ve Japonya arasında yapılacak işbirliği ile bu tablonun değişeceğine inanıyoruz" dedi.

Index Bilgisayar 'yılın distribütörü'

■ Index Bilgisayar, Microsoft Türkiye'nin 2012 yılı içinde 21 kategoride birinci gelenleri ödüllendirdiği İş Ortakları Toplantısı'nda 'Yılın distribütörü' ödülüne layık görüldü. Ödül töreninde Bitmiş Ürün (FG-Finish Goods) lisans kategorisinde yaygınlık, en büyük ciro, etkinlik sayısı ve büyüme kriterleriyle değerlendirilen Index Bilgisayar, Türkiye genelinde Microsoft ürünlerinin satışı ve dağıtım konularında göstermiş olduğu başarılar sayesinde gecedan ödülle ayrıldı. Ödülle ilgili değerlendirmede bulunan Index Bilgisayar Genel Müdürü Atilla Kayalıoğlu, "Bu başarımızın kaynağı olan çalışanlarımız ile iş ortaklarımıza, aynı zamanda bu değerli ödülü bize layık gördüğü için Microsoft'a teşekkür ediyoruz" dedi ve bu başarılarına ulaşmak için çok çalıştıklarını, emeklerinin karşılığını almaktan büyük kıvanç duyduklarını belirtti.





Kütahya kadın girişimcilerini seçti

■ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kütahya Kadın Girişimciler İl Kurulu ve Genç Girişimciler İl Kurulu İcra Komiteleri'nin İl Kurulları seçimleri, Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası'nda (KUTSO) yapıldı. Yapılan bu

seçimler neticesinde; TOBB Kütahya Kadın Girişimciler İl Kurulu İcra Komitesi asil üyeliklerine; Sevim Güral Olgun, Derya Erden Çerkeş, Gülnur Saraç Beşe, Aylin Girgin Oğuz, Azime Nur Aktaş Akalın, Emel Özmal, Dilcu Gönül, Ümmühan Şapçı, Semra Tozaraydın, Nida Öztuğcu, Derya Ergun Özler, Naime Göker Ekim, Hamide Özyurt, Ayfer Kum, Şule Arslan Yede üyeliklerine; Ayşe Üzümcügil, Beyza Işıklı Payze, Zuhâl Sünger, Gonca Özmumcu, Vildan Erdoğan, Elif Beyhan Hisar, Sibel Alpar, Arife Azmanoğlu seçildi.



“Ülkede işsizlik varsa öncelik erkeğin”

■ ‘Türkiye Değerler Atlası 2012’ çalışmasıyla dikkat çeken Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Yılmaz Esmer, KAGİDER üyeleriyle bir araya geldi. Toplantıda, toplumdaki genel güven duygusundan, Türkiye'nin farklı coğrafyalarına göre değişen kadın-erkek durumuna kadar pek çok konu masaya yatırıldı. KAGİDER Başkanı Dr. Gülden Türktan'ın “Türkiye'deki kadın sorunu nasıl çözülecek?” sorusuna, Esmer şöyle yanıt verdi: “Keşke bunun için sunabileceğim bir çözüm önerim olsa ama yok. Kadınlarımızın yüzde 60'ı, ülkede işsizlik varsa önceliğin erkeklere verilmesi gerektiğini düşünüyor. ‘Henüz ilkokula gitmeyen bir çocuk, annesi çalışırsa bundan zarar görür’ diyen kadınların oranı ise yüzde 80. ‘Erkekler daha iyi siyasetçi olur’ diyen kadınların oranı 1996 yılında yüzde 66 iken 2011’de yüzde 71’e yükselmiş. Kadınlardan böyle yanıtlar almak gerçekten çok hayret verici.”

Türkiye'deki en temel sorunun güvensizlik olduğunu söyleyen Esmer, şunları ekledi: “Biz Türk toplumu olarak dünyada

güvenin en düşük olduğu yerlerden biriyiz. Bu değerler çalışması ilk olarak 1990’da yapıldı. O günden bugüne güvensizlik konusunda değişen bir şey yok. Türkiye’de yaşayan insanların sadece yüzde 10’u insanlara güvenilebilir diyor. İskandinavya’da ise bu oran yüzde 80.”



Garanti yurt dışında da aktif

■ Garanti, finansman erişimi, cesaret kazanma ve eğitim alma gibi temel ihtiyaçlarına yönelik farklı çözümler sunuyor. Garanti Bankası, 2009 yılında, Birleşmiş Milletler Kadın Statüsü Komisyonu'nun 53'üncü dönem oturumu kapsamında, Türkiye Daimi Temsilciliği'nin desteğiyle New York'taki Birleşmiş Milletler Genel Merkezi'nde gerçekleştirilen, ‘Kadın Girişimciliğinin Desteklenmesi: Türkiye Örnekleri’ başlıklı yan etkinliğe, özel sektör temsilcisi olarak katıldı. Etkinlikte, Türkiye'nin örnek bir kadın girişimcisi olarak başarı hikayesini anlatmak üzere ise, 2007 yılında Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda dereceye giren kadın girişimci katıldı. 24 - 25 Ocak 2012 tarihlerinde International Finance Corporation tarafından Lübnan'da, 27 Mart'ta ise European Bank for Reconstruction and Development tarafından Mısır'da düzenlenen seminerlere katılan Garanti, KOBİ bankacılığı ve sunduğu finansal çözümleri ele aldığı toplantılarda, bankanın kadın girişimcilerle yaklaşımını ve çalışmalarını anlattı. Böylece, Türkiye'den kadın girişimcilere yönelik çalışmalarını yurt dışında meslektaşlarıyla paylaşan ilk banka oldu. Garanti, Kasım 2012'de Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası'ndan (EBRD), Türkiye'de sadece kadın girişimcilerle finansman sunmak amacıyla sağlanan en yüksek krediyi aldı. Banka, 60 milyon dolar tutarındaki 5 yıl vadeli bu krediyi, kadın girişimcilere yönelik yatırım ve işletme kredilerinin finansmanında kullanıyor.

KOBİ GÜNDEMİ

TÜRKONFED'den teşvik çağrısı

■ TÜRKONFED Başkanı Süleyman Onatça, 27 kenti yoksulluk, 40 kenti orta gelir düzeyindeki Türkiye'de 49 ilin yararlandığı 5084 Sayılı Teşvik Yasası'nda uygulamayı sona erdirmenin sıkıntı yaratacağını belirterek, "Süre uzatılmazsa bölgelerarası gelişmişlik farklılığında makas daha da açılır" dedi. 5084 Sayılı yasanın 49 kentte birçok işletme kurdurduğunu, yeni istihdam sağladığını, kayıtdışı işsizliği ve kaçak elektrik kullanımını azalttığını ve maliyetleri düşürerek birçok şirketi ihracatla tanıştırdığını anlatan TÜRKONFED Başkanı Süleyman Onatça, şunları söyledi:

"5084 Sayılı yasayla ekonomisini toparlayan hatta atılım yapan birçok kentimiz var. Bu kentlerimiz için yeni teşvik sistemi istihdam açısından 5084 sayılı yasanın

sağladığı imkanları tam olarak karşılamıyor. 5084 sayılı yasanın sağladığı destekler özellikle yoksulluk tuzağı riski taşıyan Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerimiz için önemli. Bu açıdan ekonomi yönetiminin bu uygulamada süreyi uzatacağına inanıyoruz"



2013'te KOBİ'ler virüs tehdidi altında

■ Kaspersky Lab için B2B International tarafından yapılan 'Küresel IT Güvenliği Riskleri Anketi' 2013 yılında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin virüslere, internet solucanlarına, ajan yazılımlara ve diğer zararlı yazılımlara daha açık durumda olacağını ortaya koyuyor. Rakamlar, geçen yılın verilerine dayanarak 2013'te tehditlerin radarında KOBİ'lerin olacağını ispatlıyor. Öyle ki son 12 ayda, küçük ölçekli işletmelerin yüzde 63'ünün ve orta ölçekli işletmelerin yüzde 60'ünün ağlarında zararlı yazılımlarla karşılaşmış. Büyük şirketler ise kurumsal bilgi sızdırma, kimlik dolandırıcılığı ve DDoS saldırıları gibi diğer saldırı tiplerinden daha fazla sıkıntı çekiyor. Aynı araştırma, küçük ve orta çaplı işletmelerin, büyük çaplı olanlara kıyasla güvenlik önlemlerinden daha az faydalandıklarını ortaya koyuyor. Küçük işletmelerin yüzde 19'u ve orta ölçekli işletmelerin yüzde 15'i, en az bir saldırıdan sonra güvenlik önlemine ihtiyaç duyduğunu fark ediyor.

Büyük boyutlu işletmelerin bu konuda daha fazla farkındalığı ve güvenlik yeterliliğine sahip olduğu da anlaşılıyor. Bu kurumların yaklaşık yarısı lisanslı ve ücretli güvenlik yazılımları kullanırken, küçük işletmelerin yaklaşık yüzde 70'i ve orta ölçekli kurumların yüzde 58'i, lisanssız yazılımların da gerekli korumayı sunabileceğine inanıyor. Bu nedenle küçük ve orta ölçekli işletmelerin öncelikle risk ve tehditlere yaklaşımının değişmesi ve koruma düzeylerinin artırılması gerekiyor.



GİV ödülleri sahiplerini buluyor

■ Her yıl Ocak ayında Hayati Üstün Anma ve Girişimcilik Programları'nı organize eden Girişimci İş Adamları Vakfı (GİV), 15 Ocak'ta Hayati Üstün Girişimcilik Ödül Töreni'ni düzenleyecek. GİV'in kurucusu Hayati Üstün'ün girişimcilik yönünü ortaya koymak ve yaşatmak için gerçekleştirilen ve bu yıl ikincisi düzenlenen Hayati Üstün Girişimcilik Ödülleri, Türkiye'de başarılı girişimcileri ödüllendirmek kadar, fikirlerini girişime dönüştürmek isteyen insanlara destek ve cesaret veriyor. Girişimcilik, Proje/Fikir, Basın ve Başarılı Kamu Yöneticisi Ödülleri olmak üzere dört alanda verilen ve Değerlendirme Heyeti tarafından seçilen Hayati Üstün Girişimcilik Ödülleri, sahiplerini 15 Ocak 2013'te bulacak.

Madenciler 2023'e odaklandı

■ Madencilik sektörü 2012 yılında ihracatını yüzde 8.2 oranında artırarak Türkiye ekonomisi için 4 milyar 182 milyon dolarlık katma değer sağladı. Türk madencileri, dünya ekonomilerinin korkulu rüyası haline gelen Çin'e ihracatlarını geçen yıla göre yüzde 21 artırarak önemli bir başarı kaydetti. Sektör, 2023 yılı için 15 milyar dolarlık ihracat hedefine kitlendi. Doğal taş ithalatına uyguladığı kotaya rağmen Hindistan'ın en çok ihracat yapılan üçüncü pazar olması da dikkat çekici bir gelişme oldu. Maden sektörü ihracatında, 2012 yılında ürün grupları bazında 953 milyon dolarla ilk sırada işlenmiş doğal taşlar geldi. 950 milyon dolarla ikinci sırada yer alan blok mermer-traverten ürünlerini, 457 milyon dolarla bakır cevherleri izledi. Dördüncü sırada 419 milyon dolarla yer alan krom cevherlerini de 190 milyon dolarla çinko cevherleri takip etti.



JCI'a önemli görev

■ Her alanda daha iyi liderler yetiştirerek toplumda pozitif değişim yaratmayı amaçlayan JCI (Junior Chamber International - Genç Liderler ve Girişimciler Derneği) Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact) çalışmalarında da aktif rol oynuyor. Küresel İlkeler Sözleşmesi Yürütme Kurulu Üyesi seçilen JCI, Birleşmiş Milletler'in çalışmalarına destek vermeye devam edecek.

Birleşmiş Milletler tarafından temelleri 2000 yılında atılan Küresel İlkeler Sözleşmesi tüm dünyada iş çevrelerinde uyulması hedeflenen 10 temel maddeden oluşuyor. İnsan haklarını korumayı, işçi standartlarını yükseltmeyi, çevreye duyarlılığı artırmayı ve yolsuzlukla mücadeleyi içeren sözleşmeye imza atan şirketler bu temel prensiplere uyacaklarını taahhüt ediyorlar. Sözleşmeyi imzalayan şirket sayısını artırmak ve iş çevrelerinde bu bilinci yaygınlaştırmak üzere çalışmalarına devam eden JCI artık bu çalışmalarını yürütme kurulu üyesi olarak sürdürecektir.

Geleceğin yatırımcıları yetişecek



■ Közyeğin Üniversitesi ve ATIG Menkul Değerler A.Ş.'nin, İstanbul'un bölgesel anlamda finansal bir Ar-Ge merkezi olması için başlattığı 'Geleceğin Yatırımcıları' projesi, finans sektörünün ihtiyacı olan, profesyonel ve sektörü tanıyan finans uzmanlarının yetiştirilmesini amaçlıyor. Proje kapsamında

İstanbul'un bölgesel bir finans merkezi olması için uluslararası konferanslar, eğitim seminerleri ve güçlü bir teknolojik altyapı işbirliği bulunuyor. Laboratuvar ile portföy yönetimi, türev, enerji ve karbon salınımı piyasalarına ilişkin gerekli veri platformu, simulasyon ve risk yönetimi altyapısının oluşturulmasının yanı sıra, kamu, özel sektör ve yerel yönetim borçlanma araçlarının daha etkin kullanımı için gerekli olan fiyatlama ve risk yönetimi yazılımları geliştirilmesi de hedefleniyor. Bu stratejik işbirliği kapsamında düzenlenecek olan Sanal Borsa yarışmasıyla, Türkiye'de finansal okuryazarlık ve tasarruf bilincinin oluşmasına katkıda bulunulacak.

Türkiye patent başvurularında dünya liginde

■ Ulusal ve uluslararası alanda rekabetin en önemli unsuru haline gelen patentli ürün sahibi olma bilinci Türkiye'de sürekli katlanarak artıyor. Türk Patent Enstitüsü tarafından açıklanan rakamlara göre Türkiye'de 2012 yılında alınan patent sayısı, 2011 yılına göre yüzde 10 oranında artış gösterdi. 2012 yılında Türkiye'de yerli ve yabancı şirketlerin patent başvuru sayısının 11 bin 500 adet olarak gerçekleşmesi bekleniyor. 2023 yılına gelindiğinde ise bu sayının yaklaşık 55 bini geçmesi bekleniyor. Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz, "Rakamların artması sevindirici ancak Türkiye halen beklenen düzeyin altında. Türkiye Ar-Ge ve inovasyona daha fazla yatırım yaparak dünya pazarlarında rekabet edecek ürünler geliştirme konusunda daha hızlı hareket etmeli" diyor. Yamankaradeniz, TPE tarafından açıklanan rakamlardan bazı dikkat çeken örnekler verdi. Türk şirketleri tarafından yurtdışına yapılan patent başvurusu sayısında yüzde 40 gibi bir oranda artış olduğuna dikkat çekerek, yurtdışından Türkiye'ye yapılan patent başvurusunda ise yüzde 7,5 oranında bir artış kaydedildiğini sözlerine ekledi. Yamankaradeniz şöyle devam etti: "Türk ekonomisinin 2012 yılında yaklaşık yüzde 3 büyümeye kaydedeceğinin tahmin edildiği bir ortamda, artık daha hızlı büyümeye odaklanmak için, yani yüzde 5 üzeri büyümeye sağlamak için patente yönelik çalışmaların artışına ihtiyaç vardır."



Turizmde itici güç **erken rezervasyonlar olacak**



2013 yılında 25.4 milyar dolar gelir ve 33 milyon turist hedefleyen turizm sektörü yeni yıla umutlu girdi. Sektörün en büyük itici gücünün erken rezervasyonlar olması bekleniyor. Erken rezervasyonların bu yıl geçtiğimiz yıllara kıyasla daha da erken başlaması bekleniyor. Birçok renovasyon çalışmalarına başlarken, yeni yatırımlar da bu yıl içerisinde hizmet açılacak.

Turizm sektörü, 2013 yılına umutla girdi. Suriye ve İran'da yaşanan siyasi kriz ve Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik krize rağmen, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre; 2012 yılının Ocak-Kasım döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 0.59 oranında artarak 30 milyon 439 bin 612 kişiye ulaştı.

Yine bakanlığın verilerine göre; 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde, yabancı ziyaretçilerden elde edilen turizm geliri, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,4 oranında azalarak 13 milyar 672 milyon 850 bin dolara geriledi. Yurt dışında yaşayan vatandaşlardan elde edilen gelirler ise bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3,7 oranında azalarak 3 milyar 660 milyon dolara düştü.

Dolayısıyla, 2012 yılı dünya ve ülkemiz için ekonomik değişimler anlamında zor bir yıl oldu.



“İstanbul’un yükselişi sürecektir”

“Mega kent İstanbul her geçen gün dünyada daha etkin konuma gelmektedir. 2012 yılında küresel kriz etkileri hafiflemekle birlikte devam etmesine rağmen İstanbul’a gelen turist sayısında bir önceki yıla göre yüzde 16 artış kaydedildi. İstanbul dünyada en çok ziyaret edilen beş şehir ve Avrupa’da en çok ziyaret edilen üç şehir arasında yer aldı. Dünya kongre turizminde önemli bir yer sağladı. Tüm bunlar İstanbul konaklama sektörüne olumlu yansıdı. 2013’de de, bu alanlarda yakalanan artışların devam etmesini bekliyoruz.”

Ramada İstanbul Asia Hotel Genel Müdürü **Tanju Özalpay**

Ancak sektör 2013 yılından oldukça umutlu. 2013'te 33 milyon turist, 25.4 milyar dolar da turizm geliri hedefleniyor. 2013'ün iç turizm, kongre, alışveriş, eğlence-dinlenme turizmi açısından hızlı büyümenin yaşanacağı bir yıl olacağı ifade ediliyor. Bir yandan yurt dışı turizm endüstrisinin Türkiye ilgisinin daha da artmasının beklendiği 2013'te özellikle iç turizmin görece daha çok büyümesi bekleniyor. Çünkü erken rezervasyon kampanyalarına gösterilen ilgi, Türkiye insanının tatil köylerine dönük eğilimini artıran en önemli gerekçe son yıllarda.

“Krizde bile potansiyeli kullandık”

Son beş yıla baktığımızda gelen turistin kişi başına bıraktığı gelirden ciddi bir düşüş söz konusu. Zaten Türkiye turizminin de en temel prob-



“Dış turlara ilgi artacak”

İç pazarda bir büyüme yaşanırken, Avrupa’da yaşanan ekonomik kriz etkisini sürdürmeye devam edecek. Rusya’nın ve Arap ülkelerinin bu açığı kapatabileceğini düşünmüyorum. 25 bin yeni yatak kapasitesi ancak iç pazar için uygulanacak kampanyalarla bir nebze doldurulabilir. 2013 yılında iç pazarda geçen yıla göre bir büyüme olacağını, yurtdışından gelecek tatilci sayısında ciddi bir artışın olmayacağını düşünüyoruz. İç pazarda kişi başına düşen milli gelirin artması ve tatilin artık bir ihtiyaç olarak kabul edilmesi tatile çıkan kişi sayısını artıracak. Ayrıca yurt dışı turlara olan ilginin de artarak sürmesini bekliyoruz.”

Gezinomi Genel Müdür Yardımcısı **Özgür Yıldız**



“Desteklerimizi Turizm Destek Paketi’nde topladık”

“2013 yılında turizm sektörüne yönelik kredi kullandırmalarımızda yaşanacak değişimlerin, turizm gelirlerinde yaşanacak değişime paralel olacağını söyleyebiliriz. Turizm sektörüne yönelik ürünlerimizi Turizm Destek Paketi altında topladık. KOBİ niteliğindeki turistik işletmelerle beraber yaşayarak ve hareket ederek edindiğimiz deneyimlerle geliştirdiğimiz Turizm Destek Paketi’yle işletmecilere yönetim kolaylığı ve verimlilik sağlıyoruz. Paketimizden konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri, tedarikçi firmalar, kafeler, barlar, restoranlar ve turistlere hizmet veren diğer tüm işletmeler yararlanabiliyor. Bu paketle, 60 aya varan vadelerle KOBİ ihtiyaç kredilerinin yanı sıra, yaygın ve güçlü muhabir ağı sayesinde hızlı ve güvenilir yurt dışı para transferi, teminat mektupları, işyeri kredileri, şirket kredi kartı gibi çok sayıda ürün, müşterilerin kullanımına sunuluyor. Bunun yanında, KOBİ tanımına uygun işletmelerin, yenileme, modernizasyon, renovasyon ve tevsii yatırımlarının finansmanına yönelik Türkiye Kalkınma Bankası ile imzaladığımız anlaşma kapsamında Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası tarafından sağlanan STEP (Küçük Turizm İşletmeleri Projesi) ile 20 milyon Euro tutarındaki fona aracılık ediyoruz.”

Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı **Nafiz Karadere**

KAPAK KONUSU

Tehdit eden 3 risk

1 Turizmin en önemli sorunu finansman kaynaklarına kolay erişememesi ve erişenlerinde yüksek maliyetlerle karşılaşmaları. Ayrıca sektör üzerindeki finansman harici maliyet baskısı da turizmciyi zorluyor.

2 Özellikle Anadolu'daki pek çok il ve ilçede mevcut turizm potansiyeli harekete geçirilemiyor. Bunun için de, orta ve uzun vadede alt ve üst yapı eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor.

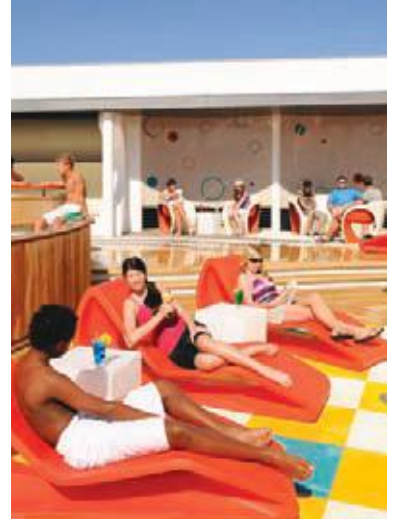
3 Bir diğer sorun da alkollü ürünlere uygulanan yüksek vergiler. Bu gün otellerin uyguladığı her şey dahil sisteminde en büyük gider kalemini alkollü ürünler oluşturuyor.

lemlerinden bir tanesi de bu. 2009'da gelen bir yabancı turist 783 dolar bırakırken, bu rakam geçen yıl 739'a kadar düştü. 2013'te hedeflenen 25.4 milyar dolarlık gelir, kişi başına 770 dolar gibi bir rakamı ifade ediyor.

Zira bu yıldan sektör temsilcileri de umutlu. Örneğin, Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) Başkanı Turgut Gür, Türkiye'nin 2012 yılını 31.8 milyon ziyaretçi ve 23.5 milyar dolarlık gelire kapattığını 2011 yılına göre sektörün yüzde 1 büyüdüğünü söylüyor. Yatırım açısından Türkiye'nin yatak sayısının yatırım aşamasında olanlarla birlikte 1,5 milyona ulaştığını ifade eden Gür, "Bu da bize tüm olumsuz koşullara rağmen doğru işler yaptığımızı gösteriyor ve kriz ortamında bile Türkiye potansiyelini başarılı bir şekilde kullanıyor" diyor.

Alman-Rus çekişmesi

Türkiye'nin 1 milyon 278 bin yatak sayısına ulaştığını belirten Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB) Başkanı Başaran Ulusoy ise yeni yatırımlarla birlikte 2013 yılında tesis sayısında artış olacağına dikkat çekiyor. 2013 yılının turizm sektörü için iyi bir yıl olacağını beliten



Ulusoy, "2013 yılında Türk vatandaşları vizesiz ülkeleri tercih edecek. İtalya, Prag, Viyana, Budapeşte, Balkan ülkeleri, Yunanistan, İspanya, Bulgaristan, Fransa, Almanya, Hırvatistan ve Rusya tatil için tercih edilecek. 2013 yılının en gözde yerleri Antalya bölgesi başta olmak üzere İstanbul, Muğla, Aydın ve Kapadokya olacak" diyor.

2013'ün popüler destinasyonları

- Kısa uçuş süreleri ile Avrupa'nın en gözde şehirleri, Roma, Paris, Lizbon, Barcelona, Prag ile Balkan ülkeleri her daim popüler.
- Uzaklarda ise Güney Amerika, Küba, Doğu & Batı Amerika, Uzakdoğu, Hindistan & Nepal, özellikle çocuklu aileler için Güney Afrika ve Kenya gibi Afrika ülkeleri ile Peru ve Çin ön plana çıkan destinasyonlar.
- Gemi ile yapılan Galapagos Adaları seyahati de özellikle çocuklu ailelerin tercih edeceği bir destinasyon olarak öne çıkacak.
- Paris Disneyland'da bu sene 20'nci yıldönümü kutlamaları yapılıyor. Tur operatörleri buraya özgü birçok avantaj paketi hazırlayacak.

- Uzun süredir önce Amerika'yı sonra da Avrupa'yı sarsan ekonomik kriz, seyahatçilerin adımlarını küçültmüştü. Herkes olabildiğince sınırlarda kalıp, kendi ülkesinde ve civar ülkelerde tatile çıkarılmıştı. Ancak Vietnam, Kamboçya, Çin, Hindistan, Kenya turlarının 2013 yılında yıldızları tekrar parlayacak.
- Bu yıl vizesiz destinasyonlar yine trend. Özellikle AB'ye girmek için gün sayan Dubrovnik ve Hırvatistan bu yılın gözdesi.
- Son yıllarda sinema sektörüyle gözler Afrika'ya çevrildi. Bu nedenle Nijerya başta olmak üzere Afrika ülkeleri art arda açılan yeni otellere ev sahipliği yapıyor. Afrika'ya safariden dalmaya ve şarap gezilerine kadar bir çok alternatif

gezi düzenlenecek.

- 2013 yılında patlama yapacak lüks seyahat tendlerinden biri de eski tarihi yolları yeniden yürütmek. Güney Amerika'daki İnka Yolu ve Avrasya'yı kapsayan Baharat Yolu gibi kadim ticaret ve dini parkurları tamamlamak son dönemde paralı turistler arasında ciddi rağbet görüyor.
- Lüks segmentte seyahat edenlerin arasında sanat koleksiyonculuğu giderek popülerliğini artıran bir uğraş. Bu yıl yine dünyanın sanat rotası Armory Show New York, Art Dubai, Kochi Bienali ve India Art Fair New Delhi gibi dünyanın hatırı sayılır sanat fuarlarından geçecek.



“İzmir’in fuar yılı olacak”

“Gaziemir yeni fuar alanının temelini atılacağı, EXPO 2020 adaylığımızın sonuçlanacağı 2013, bizim için çok önemli bir yıl olacak. 2013’ün İzmir’de fuarcılık yılı olacağını öngörüyoruz. İZFAŞ olarak İzmir Uluslararası Fuar Alanı’nda 2013 yılında 13 fuar gerçekleştireceğiz. Fuarcılık sektörü için 2012, iyi bir yıl oldu. Türkiye çapında TOBB verilerine göre 409 fuar yapılmış. Gerçekleştirilen fuarlarla, İzmir’e yılda tahmini 500 milyon TL civarında bir katma değer sağlanıyor.”

İZFAŞ Yönetim Kurulu Murahhas Üyesi ve Genel Müdür Vekili
Mehmet Şakir Örs



“Büyüme beklentimiz sürüyor”

“2013 yılında turizm sektöründe büyüme beklentimiz sürüyor. Rakamlar bu beklentimizi doğrular nitelikte. Turizm Bakanlığı’nın verilerine göre 2011’de 31.4 milyon yabancı turist Türkiye’yi ziyaret etti, bu rakam 2010 yılında 28.6 milyondur. Ayrıca Türkiye bu süreçte ciddiyetle belirlenmiş hedefleri içeren 2023 turizm stratejisini benimsedi ki bu hükümetin bu konuya ne kadar önem verdiğinin göstergesi.”

Hilton Worldwide Türkiye Rusya ve Doğu Avrupa Geliştirmeden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı
Michael Collini



“Talepkar bir kitle gelecek”

“2013 senesinde özellikle Türk Hava Yolları’nın potansiyeli yüksek merkezlere açtığı hatlarla (Los Angeles, Sao Paulo, Buenos Aires gibi) ve hali hazırda hizmet verdikleri önemli hatlardaki günlük uçak sayısını artırarak turist sayısının artmasına çok faydası oluyor. 2013’de İstanbul’a ilginin daha da artacağını kültür turlarının ve toplantı turizminin ivme kazanacağını, ekonomik şartların zorlaşmasıyla daha talepkar bir misafir kitlesine hizmet vereceğimizi düşünüyorum.”

Pera Palace Hotel Jumeirah Genel Müdürü
Pinar Kartal Tiner

Türkiye’nin klasik pazarları olan AB ülkelerinden gelen turist sayısında artışın genel ortalamasının altında kalsa da süreceği genel kanı. Yurt dışı turist dağılımında ilk iki sırada yer alan Alman/Rus turist çekişmesinin 2013’de de sürmesi bekleniyor. Bu konuda Rusya’da dışında da faaliyet alanlarını Moskova dışına çıkarabilme becerisi gösteren seyahat acentelerinin etkisi çok yüksek. Özellikle Leningrad başta olmak üzere Kuzey Rusya’dan gelen turist sayısında önemli artışlar bekleniyor.

Gelirler düşebilir

Geçen sezon rublenin değer yitirmesi ile birlikte görece daha olumsuz bir sezonun geçirilen Rusya pazarının bu açıdan da oturan rakamlar üzerinden bu yılı olumlu geçirmesi bekleniyor. Yine sosyal ve siyasi karışıklığın sürmesi bu pazarda Türkiye’nin en büyük rakibi olarak Mısır’ı gözden düşürecek, Türkiye’ye olan ilgi artacak bir başka etken.

VIP Turizm CEO’su Ceylan Piriñcioğlu Akdeniz çanağındaki rakiplerin toparlanmaya çalıştığını söylüyor ve uyarıyor: “Türkiye’nin ise bu süreçte belki turist sayısı açısından değil ama gelir açısından sektöre uğrayabileceği gerçeğini unutmamak gerekiyor. Çünkü yatak kapasitesi açısından doluluklarını maksimum oranda sağlamaya çalışacak bölge ülkeleri, fiyat rekabeti

risine girecekler.” Bu rekabetin Türkiye’yi direkt etkileyecek büyük tur operatörleri fiyat kozu ile masada Türkiye’nin karşısına oturacağı konusuna dikkat çeken Piriñcioğlu, Akdeniz çanağında faaliyetlerini sürdüren benzer ülkelerin sundukları ürünün temelde aynı özellikleri gösterdiğinden özellikle Türkiye’nin resort otel ve her şey dahil konseptten uzaklaşarak farklılaşması gerektiğini belirtiyor.

İstanbul kongrenin gözdesi

Bugün İstanbul kongre, fuar, kültür, spor turizmi gibi çeşitlenen turizm pastalarından önemli paylar almaya başladı. İstanbul, Avrupa’da en çok ziyaret edilen 3’üncü kent durumunda. İstanbul’a özellikle kongre turizmi konusunda 52 milyar TL’lik yatırım yapıldı. Bu yıl 10 milyon ziyaretçi bekleniyor.

Türk tatilci için klasik deniz-kum-güneş rotalarının yanı sıra doğa ve kültürel ağırlıklı turlarda artış bekleniyor. Kültür turlarına ilgi gös-

Turizmde kişi başı gelirin artması hedefleniyor

Yıl	Gelen turist sayısı	Toplam gelir (milyar \$)	Kişi başı gelir (\$)
2009	27.077	21.2	783
2010	28.511	20.8	730
2011	31.456	23.0	731
2012	31.800	23.5	739
2103*	33.000	25.4	770

* Tahmin

Kaynak:Turizm Bakanlığı

KAPAK KONUSU



“Doluluk oranı yakalanamayabilir”

“Türk turizminin en büyük payı olan Avrupa ülkelerinin art arda yaşadığı ekonomik krizin, 2013 turizmini bir nebze de olsa olumsuz etkileyebileceği düşünüyoruz. 2011 ve 2012 yıllarındaki rakamları ve doluluk oranlarının hem bizim hem de diğer İstanbul otellerinin yakalaması çok da kolay olamayabilir. Buna ek olarak İstanbul'a yeni açılan ve açılmakta olan otellerin yatak kapasiteleri de eklenince, yeni pazarlarda paydaları büyütmenin yararlı olacağı düşüncesi kaçınılmaz bir gerçek oluyor. Uluslararası zincir oteller Türkiye'ye ve İstanbul'a sağlam bir giriş yaptılar. 2012'de başlayan yatırımlar, 2013 yılında açılması planlananlar beraberinde sektörün bu yıl daha da büyüyeceğini öngörüyorum.”

Sumahan On The Water Hotel
Genel Müdürü **Tuba Tekeli**

teren profilin yaş ortalamasının son yıllarda düşüş göstermesi bu alandaki ilginin daha geniş kesimlere yayılacağını gösteriyor. 2012 yılı içinde ekolojik, çevre dostu, yeşil seyahatler yeni trend olarak yükselişte. Organik gıdaların kullanıldığı, beş yıldızlı tatil köylerini geride bırakan, basit ama konforlu ekolojik çiftlikler doğa aşığı seyahat severlerle dolmaya başladı. Bu çiftliklerde tatilinizi geçirirken zeytin, üzüm ya da çay toplayabiliyor, şarap zeytinyağı, doğal sabun yapımı gibi atölye çalışmalarına katılabiliyorsunuz. Kapadokya son yılların yerli turistini olduğu kadar yabancı turistini de ilgi odağı olmayı bu



“Erken rezervasyona talep artacak”

“2013 yılında Türkiye'deki yatak kapasitesinin 30 bin yatak civarında artmasını bekliyoruz. Erken rezervasyona olan talebin son dakika rezervasyonlarına olan talebe oranla ciddi bir şekilde artacağını öngörüyoruz. 2013 yılında sektörün iç pazarda yüzde 10 büyüyeceğini tahmin ediyoruz. İnternetin ve mobil uygulamaların önemi de giderek artacak. Tatilciler satın almalarını internetten yapсын ya da yapmasın, mutlaka interneti bir danışma ve referans noktası olarak kabul ediyorlar. 2013 yılında, internetten araştırma yapan bu kitlenin internetten satın almaya daha fazla yöneleceğini düşünüyoruz.”

Tatilsepeti.com Yönetici Ortağı
Kaan Karayal

yıl da sürdürecektir. Yine yabancı turistlerin Antalya, İstanbul, Muğla ve Kapadokya-Nevşehir klasik beşlisinin yanı sıra özellikle Bursa'ya, Trazon başta olmak üzere Karadeniz'i devreye aldıkları gözleniyor. Bursa ve Karadeniz için özellikle Arap turistler bu ilgiyi artırıyor. Yine Afyon, Yalova gibi bölgelerde açılan birinci sınıf termal otelleri sayesinde kaplıca turizmi de yoğun ilgi görecektir turizm kategorilerinden olacak.

Erken rezervasyonda artış

Gastronomi turizminin de 2013'ün gözdelelerinden olacağına dair genel bir kanı var. Yerel yöresel yemek kültürüne olan ilginin yanı sıra kuş gözetleme, olta balıkçılığı, halı kilim dokuma gi-

bi etkinlikleri turizmle birleştiren turlar ilgi görecektir. Bu açıdan Şanlıurfa, Mardin gibi yörelerin ilgi görmesi bekleniyor.

Erken rezervasyon konusunda da mayanın tuttuğu artık rahatlıkla söylenebilir. İlk yıllar kampanyalara gösterilen ilgi 300-350 bin ile sınırlı kalırken, 2012'de erken rezervasyon kampanyalarından yararlanan yerli turist sayısı 2 milyon sınırını geçti. Bu yıl da yaz dönemine ilişkin erken rezervasyonlarda yüzde 25'lik bir artış bekleniyor. Bunda bu yıl, başlangıç tarihinin erken alınması önemli rol oynadı. Türkiye'de ise erken açıklanan 'erken rezervasyon' kampanyaları iç turizmin hareketlenmesine yol açacak.

Mobil satışlar çoğalacak

Tatil anlayışında da artık online kısmında büyük bir artış söz konusu. Tatil sitelerinin sunduğu avantaj paketleri dahilinde tatilini geçirmek isteyen büyük bir kitle bulunuyor. Ercan Şirketler Topluluğu'nun iştiraki Gezinomi'nin genel müdür yardımcısı Özgür Yıldız, Şubat ayı itibari ile acente ağlarını genişleterek yeni otellerin inşasına başlayacaklarını belirtiyor.

Tatilsepeti.com Yönetici Ortağı Kaan Karayal da 2012 yılının sonundaki erken rezervasyon taleplerine bakıldığında, 2013 yılında da büyümenin devam edeceğini söylüyor. “2012'de turizm sektöründeki önemli değişimlerden bir tanesi online tatil alışverişindeki artış oldu” diyor Karayal, bu trendin 2013 yılında mobil pazarı da etkileyeceğini, mobil kanallardaki satışların artarak devam edeceğini ifade ediyor.

Geçtiğimiz yıllarda erken rezervasyon kampanyaları her yıl biraz daha erken başladığını bu yıl daha da önce başlayacağını söyleyen Karayal, “Bu sayede misafirler tatillerini bir yıl önceden planlama imkanına sahip olacak. Bu trende paralel olarak erken rezervasyon sigortası kullanımının da artacağını söyleyebiliriz” şeklinde konuşuyor.



Yeni yatırımlar geliyor

Ocak ayında oteller de renovasyon çalışmalarına hız vermiş durumda. Ayrıca sektörde pek çok yeni yatırım da mevcut. Ramada İstanbul Asia Hotel de geçtiğimiz faaliyete geçen yatırımlardan biri. Otelin genel müdürü Tanju Özalpay, bu yıl mevcut olan işletme ve yatak sayısını artırmayı hedeflediklerini söylüyor. Hilton Worldwide'in Türkiye'de geliştirilme aşamasında olan 21 oteli olduğunu söyleyen Hilton Worldwide Türkiye Rusya ve Doğu Avrupa Geliştirmeden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Michael Collini ise otellerin 2015 yılına kadar tamamlanacağını ifade ediyor. 2013'te 10 bin odayı açacaklarını belirten Collini, "Bu yılın ikinci yarısında açılması beklenen İstanbul Bomonti Hotel & Konferans Merkezi İstanbul'un en büyük konferans merkezi olacak" diyor.

300 milyon dolar harcayacak

2012 yılında Jumeirah Grubu'na dahil olan Pera Palace Hotel, 2013 yılında farklı pazarlara tanıtım konusunda strateji belirlemiş durumda. Pera Palace Hotel Jumeirah Genel Müdürü Pınar Kartal Tiner, "Jumeirah Grubu'nun kapsamlı e-kanal stratejilerini uygulayarak pazar payımızı yüzde 20 oranında arttırmayı hedefliyoruz" diyor. Otelin genel mekanlarının iç dekorasyonunu ait olduğu 1900 başları dekorasyon konseptine uygun olarak yenilediklerini söyleyen Tineri ayrıca sadece yaz aylarında hizmet veren Orient Teras'ta 12 ay misafirlerin faydalanabilecekleri bir alan yaratma projelerinin olduğunu da sözlerine ekliyor.

Otel yatırımı olan gruplardan birisi de Er Şirketler Grubu. Yaklaşık 300 milyon dolarlık yatırım yapmaya hazırlanıyor. Er Yatırım ve Turizm Genel Müdürü Ferzan Çelikkat, bu yatırımın kapsamının şehir içi orta ölçekli iş otelleri olacağını söylüyor. Türkiye'de yeteri kadar 5 yıldızlı otel ve tesis olduğunu ifade eden Çelikkat, "Bu



2013'te turizm trendleri değişecek

Turizm Gazeteci ve Yazarları Derneği'nin (TUYED) yaptığı 'Turizmde trendleri' araştırması, 2013'te tatilini Avrupa'da geçirmek isteyen turistlerin tercih edeceği ilk beş ülke arasında Türkiye'nin ikinci sırada yer alacağını ortaya koydu. 2013'ün turizm trendleri ise şöyle:

■ Dünyada iç turizm hareketleri başta Asya ülkeleri arasında olmak üzere bölgesel merkezli gelişip daha da büyüyecek. İç turizm ekonomik krizlerden dolayı talep görecek. Talepler, kültürel yönleri ağır basan girişimleri hızlandıracak.

■ Başta Orta Doğu ve Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin ülkesi vatandaşlarının alışveriş tutkusu, AVM ile oteller arasındaki işbirliğini hızlandıracak. Bu durum, Körfez ülkelerinde otellerle AVM'ler arasında başlayan bütünleşmenin önümüzdeki dönemde hızlanıp, diğer bölgelere de yayılmasını sağlayacak.

■ SPA ve wellness hizmetlerinde şimdiye kadar taşın, suyun, saunanın 'sıcak'la başlayan örnekleriyle tanıştık. Şimdi de 'soğuk'la başlayan yeni ürün ve hizmetlerle tanışacağız. Romalılar 2 bin yıl önce sıcak-soğuk tedavisini 'frigidarium' adıyla uyguladı. Bu yöntem şimdi yeniden diriltiliyor. Otellerde karşınıza buz odası, kar duşu, 'igloos' veya 'kriyoterapi' gibi bölümler çıkacak.

■ Turistler arasında ucuz havayolu ile yolculuk edip, 5 yıldızlı otelde kalma istekleri yaygınlık kazanacak. Özellikle her şeyi bir anda talep eden ve 'yeni turist tipi' diye tanımlanan kesim, ürün ve hizmeti 'karıştır-eşleştir' yöntemiyle birleştirip satın alacak.

■ Tatil tüketicisinin sosyal medyadaki yorumları daha da radikalleşecek ve yorumlara olan talep artacak. Tüketicilerin tatil kararlarında ürün ve destinasyon tanıtımı değil, sosyal paylaşımlar etkili olacak.

■ Sri Lanka'da bir fil üstünde yapılan tur, Türkiye veya başka bir ülkede tarlalardan çay toplama, oya iğne işini öğrenme, baklava açma, kilim-halı dokuma gibi deneyimler önem kazanacak.

■ Daha fazla gezmeye başlayan Çinli ve Hintli turistlerin, gittikleri ülkelerde kendi mutfaklarını da görmek istemeleri Asya mutfağını öne çıkaracak. Oteller restoranlarından aşçılarına kadar birçok düzenlemeyi bu talebe göre yapacak.

■ Büyük gemilerle (kruvaziyer) yapılan turlara katılanların profili değişiyor. Şirketler artık hemen her kesime ve yaş grubuna yönelik gemi turu programları hazırlayıp farklı seçenekler sunmaya başladı. 2013-2015 yılları arasında mevcut gemilere 12 adet daha eklenecek. Nehirde gemi turları da rağbet görecek.

nenle şehir içlerinde veya ana arterler üzerinde ulaşımı kolay, 80 ila 150 oda civarında, beyaz yakalı olarak tanımlanan çalışan ağırlıklı gruba yönelik 3 ve 4 yıldızlı otelleri yapmayı hedefliyoruz. Ancak farklı projelerde farklı kondisyonlardaki otel planlamalarını da değerlendirebili-

riz" diyor. Grubun hedefi 10 yılda 20 otel yapmak. Çelikkat, yatırımlarındaki önceliği İstanbul'a ayırdıklarını ancak İzmir, Eskişehir, Konya, Mersin, Gaziantep, İzmit, Çanakkale, Adana, Mardin, Diyarbakır, Trabzon'da da yer almayı planladıklarını sözlerine ekliyor.



Türkiye'nin en mobil girişimcileri araniyor

Garanti Bankası, mobil kanallarda geliştirilen fikirlerin sayısını artırmak ve bu alandaki girişimcilere destek sağlamak amacıyla Mobil Pazarlama Derneği ile yılın mobil girişimcilerini seçiyor. Mobil Pazarlama Derneği Türkiye Başkanı Fırat Ertem, Türkiye'de mobil alanda yakın zamanda dünya çapında ses getirecek mobil fikirlerin çıkmasını beklediklerini söylüyor.



FIRAT ERTEM

Garanti Bankası, 40 ülkede faaliyet gösteren Mobil Pazarlama Derneği'nin (Mobile Marketing Association -MMA) işbirliğiyle mobil kanallarda geliştirilen fikirlerin sayısını artırmak ve bu alandaki girişimcilere destek sağlamak amacıyla, yılın mobil girişimcilerini seçecek. Yarışmanın ön elemeleri, şubat ayında yapılacak. Finale kalan beş girişimci fikirlerini, mart ayında sektörün önde gelen isimlerinden oluşan jüriye sunacak. Değerlendirmenin sonucunda 1'inci seçilen girişimciye 15 bin TL, 2'nciye 10 bin TL, 3'üncüye ise 5 bin TL nakit para ödülü verilecek. Adaylar, garanti.com.tr/mobilgirisimci adresinden alacakları formu, gerekli belgelerle beraber, 30 Ocak 2012 tarihine kadar mobilgirisimci@garanti.com.tr adresine ileterek, başvuruda bulunabilecek.

Mobil Pazarlama Derneği Türkiye Başkanı Fırat Ertem, Türkiye'de mobil alanda yakın zamanda dünya çapında ses getirecek mobil fikirlerin çıkmasını beklediklerini söylüyor. Ertem, sorularımızı şöyle yanıtladı:

KOBİ Girişim: Bu yarışma fikri nasıl oluştu?

Fırat Ertem: Yıllardır başarılı bir şekilde kadın girişimciyi destekleyen Garanti Bankası ile mobil alanda girişimci olma çabası gösterenlerin yolunu Garanti Bankası ve MMA Türkiye olarak Mobil Girişimci adı altında toplamak istedik. Garanti Bankası'nın İşimi Kuruyorum Paketi'ne mobil girişimci başlığını koymamız ile ortak bir hedefte buluştuk. Geçtiğimiz yıl kasım ayı ortasında MMA İstanbul Forum'da bunu lanse ederek hem yerli hem yabancı mobil dünyanın önemli oyuncularına bunu duyurmak istedik.

Yarışma ile neler hedefliyorsunuz?

Bu yarışma sadece bir başlangıç. Mobilin her geçen gün daha da gündeme gelmesi, Türkiye ve dünyadan bu alana yatırım yapmak isteyen girişimci sayısının her geçen gün artması nedeniyle bu yarışma ile farkındalık yaratmak istiyoruz. Mobilin bir girişimci için asıl alan olabilme şansını sunabilmek, bundan sonraki yıllarda bu alana yatırım yapmak isteyenlere yol göstermek ortak hedefimizdir Garanti Bankası ve MMA Türkiye olarak.

Yarışmaya katılma kistasları nedir?

Yarışmaya katılmak için en önemli kistas, girişimcilerin mobilin dahil olduğu bir projeye sahip olması. Mobil uygulama, mobil oyun, mobil ödeme, mobil sağlık, mobil eğitim gibi onlarca başlıktan bir tanesinde proje sahibi olun-

ması yeterli. Projeyi yakın zamanda hayata geçirmiş olmak veya yakın zamanda hayata geçirebilecek olması da önemli bir yarışma kriteri. Başvuranların eğer kurulu bir firması yok ise Garanti Bankası İşimi Kuruyorum Paketi ile buna sahip olmaları da mümkün. Yayınlanan kitapçık ile bu konuda Garanti Bankası yeterli yol gösterimini gerçekleştiriyor.

Yarışmada kazanan iş fikrinin hayata geçirilmesi için bir platform hazırlanacak mı?

Girişimcilerin projelerini hayata geçirmeye desteğine ihtiyacı olur ise MMA Türkiye bu konuda var olan platformlar için yol gösterecek.

Nasıl bir katılım bekliyorsunuz?

İlk yıl olmasından ve duyurumuzun kısıtlı bir süre zarfında olmasından dolayı finalde yarışmaya hak kazanacak yüzlerce değil ancak onlarca fikir olacağını varsayıyoruz. Fakat bu farkındalık sayesinde önümüzdeki dönemlerde girişimcilerin de kendilerini geliştirmesi doğrultusunda bu sayı yakın gelecekte yüzlere varacaktır.

Önümüzdeki yıllarda da yarışma devam edecek mi?

Yarışmanın devamlılığı için hem MMA Türkiye hem de Garanti Bankası elinden gelen desteği sağlayacak. Ayrıca farklı kurumların desteğini de kazanabilirsek neden yıllarca sürecek bir platform haline gelmesin.

Mobil alanda yapılan girişimcilik nereye doğru gidiyor? Dünya ile kıyaslandığında Türkiye'de mobil girişimciliği nasıl yorumluyorsunuz?

Mobil alanda dünyada her gün binlerce fikir hayata geçiyor. Bu konuda ABD, Çin ve Uzakdoğu oldukça hızlı hareket edebilme kabiliyetine sahip. Yayıncı olarak Avrupa da oyunun içinde. Türkiye ise gecikmeli de olsa bu yarışta var olduğunu gösterip farklı ülkelere farklı dil destekleri ile farklı projeler sunmaya başladı. Açıkçası bu konuda yakın gelecekte Türkiye'den dünya çapında projelerin hayata geçmesini tahmin ediyoruz. Mobilin sadece iletişim için değil hayatımıza, teknoloji, eğlence, iş ve eğitim platformları sunacağını tahmin ettiğimizde Türkiye de bu yükselen trendin içinde kendine yer bulacak. Türkiye'nin global bir kullanıcıya ulaşması için vizeye değil sadece doğru projeye sahip olması gereken günlere ulaştık. Bu nedenle mobil, tüm dünyada yayınlanacak projeler için oldukça hızlı bir yol açıyor girişimcilere.

“Mobil girişimciyi kredi ile destekleyeceğiz”



Garanti Bankası KOBİ Bankacılığı
Koordinatörü **ESRA KIVRAK**

“Özellikle son 10 yılda yaşanan hızlı ekonomik değişimle beraber, iş alanları yaratacak, yenilikçi ürün ve hizmetlerle ekonomiyi canlandıracak, genç girişimcilere ihtiyaç duyuluyor. Bu ihtiyacın en çok hissedildiği alanlardan biri de müşteri ihtiyaçları ve beklentilerinin arttığı mobil kanallar. Bu kanallarda yoğunlaşan ihtiyaç ve beklentiler ancak iyi planlanmış, yaratıcı ve inovatif mobil iş fikirleriyle karşılanabilir. Biz de bu doğrultuda, mobil girişimcileri cesaretlendirmek ve mobil kanallarda geliştirilen fikirlerin sayısını artırmak amacıyla, Mobil Pazarlama Derneği'yle beraber Mobil Girişimci Yarışması'nı düzenliyoruz. Mobil girişimcilere desteğimiz yalnızca bu yarışmayla sınırlı değil. Bu alandaki girişimcilere iş kurmalarını ve büyütme için destek sağlamak amacıyla, Mobil Girişimci Destek Kredisi'ni hayata geçirdik. Krediden, mobil platformlarda oyun, sosyal medya ve finans uygulamalarını hayata geçiren girişimciler faydalanabiliyor. Uygun faiz oranları ve vade alternatifleriyle 50 bin TL'ye kadar verilen kredi kapsamında; teminat sıkıntısı çeken girişimcilere, vade boyunca tüm hesaplarından işletim ücreti muafiyeti ve 6 ay boyunca ücretsiz para transferi imkanı da sunuyoruz.”



Yazır'dan çıktı, şato tipi şarabın zirvesine yürüyor

Türkiye'de 58-60 milyon litre şarap üretiliyor. Butik ve şato tipi üretim yapan üreticilerin toplam pazarının ise 2.5-3 milyon litre civarında olduğu tahmin ediliyor. Son yıllarda özellikle Trakya bölgesinde şarap üreticiliği konusunda girişimlerin sayısının arttığına tanık oluyoruz. Bu girişimciler arasında Umurbey Şarapları da yer alıyor.

Yonca Arıner, Umurbey Şarapları'nın kurucu ortağı. Umurbey, aslında bir aile şirketi. Umurbey şaraplarının fikir mimarı ise kardeşi Umur Arıner. Umur Arıner üretimi gerçekleştiriyor. Satış ve pazarlamadan ise Yonca Arıner sorumlu.

Umurbey Vineyards, Tekirdağ'a 12 kilometre uzaklıkta bulunan Yazır bölgesinde yer alıyor. Umurbey şaraplarının üretildiği topraklarda miltattan önceki yıllarda da şarap üretiliyormuş. Persler, Makedonyalılar, Romalılar ve Bizanslılar tarafından işgal edilen bölgede yakın bir zamanda kazılar yapılmaya başlamış ve mozaiklere rastlanmış.

Umurbey Vineyards, Türkiye'de üretiminin tamamını kendi üzümleriyle gerçekleştiren ilk üretici. Bağ ile üretim tesisi arasındaki mesafe, şarap yapımında oldukça önem taşıyor. Üzümün hasattan sonra en kısa sürede şaraphaneye ulaştırılması gerekiyor. Umurbey bağlarında bu mesafe ortalama 500 metre kadar.

Şato tipi üretim

120 dönüm bağları bulduklarını söyleyen Yonca Arıner, 19 yaşındaki bağlarında yıllık 100 bin şişelik üretimleri olduğunu belirtiyor. "Bağlarımızda Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Syrah, Semillon

Trakya'nın Yazır bölgesinde 19 yıldır şarap üretimi gerçekleştiren Yonca ve Umur Arıner kardeşler, şato tipi şarap üretiminde Türkiye'deki en büyük üç şirketten biri. QR Code uygulamasıyla beş dilde tadım notlarının okunmasını sağladıklarını ifade eden Arıner, "Bu uygulama Türkiye'de bir ilk oldu. Bir ihtiyacı karşıladı" diyor.



üzümleri var" diyor Arıner, şöyle devam ediyor: "Umurbey olarak sadece kendi bağlarımızın üzümlerini kullanarak şato tipi üretim yapıyoruz. Üzümün kalitesini kontrol edemediğimiz için dışarıdan üzüm almıyoruz. Bu bir tercih. Şarapta sürdürülebilir kalite elde etmek için bağınıza hakim olmanız lazım. Klasik bir şarapçılık söylemi vardır; 'Kaliteli şarap bağda üretilir' derler. Biz Umurbey olarak kendi bağlarımızı çok önem veriyoruz ve sadece kalitesine inandığımız kendi bağımızı üzümlerini işliyoruz."

Fiyat-kalite dengesi

Umurbey Şarapçılık'ın dokuz çeşit şarabı bulunuyor. Blend serisinde Sauvignon - Blanc, Cabernet Sauvignon-Merlot ve Roze Syrah - Merlot var. Kaliteyi yakalamak için karışım miktarlarını mevsime göre her yıl yeniden düzenlediklerini ifade eden Arıner, blend serisini 21 TL liste fiyatından piyasaya verdiklerini kaydediyor. Bu serinin geçen yıla göre yüzde 42 büyüdüğüne dikkat çeken Arıner, "Tüketici bu kaliteye bu fiyatı ödemekten çok memnun görünüyor. ÖTV artışlarına rağmen bu serimizde fiyat kalite dengesini tüketici lehine kullanmayı sürdüreceğiz" diyor.

Önceden ayırtıyorlar

Diğer bir seri ise Umurbey serisi. Bu serinin amiral gemisinin Sauvignon Blanc olduğunu ifade eden Arıner, ardından Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Sauvignon-Merlot'un geldiğini kaydediyor. Bu şarapların yıllandırılabilen ve sınırlı üretime sahip şaraplar olduğunu söyleyen Arıner, şöyle devam ediyor:



“Reserve Cabernet Sauvignon- Merlot Umur'un çok özel ürettiği bir şaraptır. Her yıl 6 bin 500 şişe civarında üretiyoruz. Şu an piyasada bulunan rekoltesi 2008. Bu şarabın bizi çok mutlu eden bir tüketicisi var. Örneğin, 2009 Reserve Cabernet Sauvignon - Merlot henüz piyasaya çıkmamasına rağmen, bu ürünü takip eden nihai tüketiciler tarafından ön sipariş ile bin 800 şişesi ayrıldı.”

Beş dilde tadım notları

Butik ve şato tipi üretim yapan üreticilerin arasında yüzde 8 ile 10 arasında bir pazar payları olduklarını belirten Arner, bu kategoride ilk üç markadan biri olduklarına dikkat çekiyor. 2011'de de 90 ile 100 bin adet arasında şişe şarap üretimi gerçekleştirdiklerini kaydeden Arner, “2012 yılı da bizim hedeflerimize ulaştı-

ğımız, yeniden yapılandığımız bir yıl oldu. Tüm etiketlerimizi yeniledik” diyor. QR Code uygulamasıyla beş dilde tadım notlarının okunmasını sağlayarak, servis personeline ve yabancı tüketiciye şarapların daha kolay sunulmasını sağladıklarını ifade eden Arner, konuşmasına şöyle devam ediyor: “Bu uygulama Türkiye’de bir ilk oldu. Bir ihtiyacı karşıladı. Tüketicinin beğenisini toplayan Blend serisini çıkardık. 2013 yılı Umurbey’in şarap sektöründeki 20’nci yılı olacak. Bu bizim için çok önemli. Butik ve şato tipi üreticilerin kendi pazarı içinde hep ilk üç içinde yer almak ve bunu kalıcı hale getirmek istiyoruz.”

YONCA ARNER

2012’de şarap tüketimi 823 bin litre azaldı

Türkiye’de şarap üretiminin artmadığına hatta azaldığına dikkat çeken Arner, 2010 yılına göre 2011 yılında 823 bin litre şarap tüketiminde azalma olduğunun altını çiziyor. 2012 yılında turizmden kaynaklı bir azalma olacağı tahmin edildiğini belirten Arner, sözlerine şöyle devam ediyor: “Toplam pazar daralırken butik ve şato tipi üretim yapan üreticilerin artması sayesinde tüketici çok sayıda fiyat kalite dengesi uygun şaraba kavuştu. Bu pazarı büyütmedi ancak şarap tüketim kalitesini ve şarap farkındalığını artırdı. Şarap sektörünün geldiği nokta her üretici grubu için farklı sorunlar içeriyor. Şarap üreticilerini kabaca üçe ayırmak doğru olur diye düşünüyorum.

“Tüm kanallara hakim büyük üreticiler, turizm ve zincir mağazalara ağırlık veren üreticilerin, butik ve şato tipi üreticilerin olarak üç farklı üretici tipinden bahseden Arner, butik ve şato tipi üreticilerin sorunlarını konuşacağı değerlendirileceği ve çözüm arayacağı bir zemine ihtiyacı olduğunu söylüyor. Arner, “Bir yandan diğer üretici grupları ile işbirliği içinde pazarı büyütecek işbirlikleri yaparken diğer yandan kendi sorunlarına odaklanmalarını gerekiyor” diyor.

Türkler kendi işinin patronu olmak istiyor

Amway Avrupa tarafından yaptırılan 2012 Girişimcilik Araştırması sonuçlarına göre, 'Girişimcilik potansiyeli' Avrupa'da yükselişini sürdürüyor. Girişimcilik potansiyeli en yüksek ülkeler sıralamasında Türkiye, Yunanistan'ın ardından İsviçre ile birlikte yüzde 48'lik oranla ikinci sırada yer alıyor.

Amway Avrupa'nın ilkinin 2010 senesinde gerçekleştirdiği ve artık geleneksel hale gelen Avrupa Girişimcilik Araştırması'nın 3'üncüsünün sonuçları açıklandı. Amway Avrupa tarafından dünyanın önde gelen Pazar Araştırma şirketi GfK Almanya'ya ve LMU (Münih, Ludwig-Maximilians Üniversitesi) Girişimcilik Merkezi işbirliğinde yaptırılan araştırmanın sonuçlarına göre 'Girişimcilik ruhu', Avrupa'da ve Türkiye'deki yükselişini sürdürüyor. Amway Avrupa Kurumsal İlişkilerden Sorumlu Başkan Yardımcısı Michael Meissner, "Girişimciliğin Avrupa ekonomilerinde önemi gittikçe artıyor. Bu nedenle girişimcilik konusunda bir kamuoyu yaratmak ve girişimciliği güçlendirmek ekonomik büyümeye ve refaha katkı yapacaktır" diyerek üç yıldır sürdürdükleri araştırmanın önemine dikkat çekiyor.

mayı düşünebiliyor. Mayıs - Haziran 2012 tarihleri arasında Türkiye'nin de içinde bulunduğu 16 Avrupa ülkesinde 14 yaş ve üzeri 17 bin 768 kişi üzerinde yapılan araştırmaya göre girişimcilik, önümüzdeki 10 yıl içinde daha da önem kazanacak.

2012'de girişimcilik potansiyelinin yüksek olduğu ülkeler arasında Yunanistan (yüzde 50), Türkiye (yüzde 48) ve İsviçre (yüzde 48) başı çekiyor. Bu ülkeleri yüzde 47 oranıyla Polonya takip ediyor. Almanlar ise geçen sene olduğu gibi kendi işini kurmaya en olumsuz yaklaşan halk.

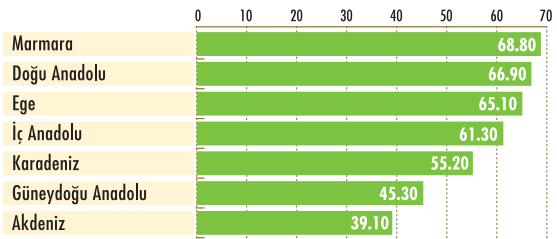
Girişimciliğe karşı en olumlu tavrı sergileyen ülke ise yüzde 85 ile Danimarka. Onu yüzde 77 oranla Fransa ve yüzde 76 ile İngiltere izliyor. Yüzde 47 ile Macaristan, yüzde 35'erlik oranla Avusturya ve Almanya da en olumsuz bakan ülkeler sıralamasında başı çekiyor.

Şu anda girişimci olduklarını teyit eden insanların sayısının en yüksek olduğu ülkeler ise Yunanistan (yüzde 21), İtalya, İsviçre (her biri yüzde 12) ve Portekiz (yüzde 10). Rusya ve Danimarka ise yüzde 3'lük oranla en son sıralarda yer alıyor.

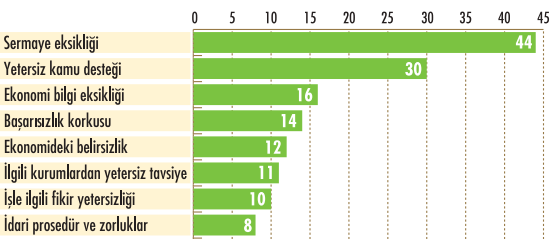
En cesur üniversite mezunu gençler

30 yaş altı gençlerin yüzde 78'i girişimciliğe olumlu bakıyor. Bu yaş grubundaki her iki katılımcıdan neredeyse biri (yüzde 48) kendi işini kurmayı düşünebiliyor. Erkeklerin (yüzde 71) ise kadınlara (yüzde 67) oranla girişimciliğe biraz daha olumlu yaklaştığı görülüyor. Ankette üniversite mezunlarının da girişimcilik konusunda daha cesur oldukları ortaya çıkıyor. Üniversite mezunlarının bu yaklaşımının en bü-

Girişimciliğe pozitif bakma bölge sıralaması (%)



Girişimciliğin önündeki engeller (%)



Türkiye'de girişimcilik potansiyeli yüksek

Amway Avrupa tarafından Dünya Girişimcilik Haftası'nda duyurulan araştırmanın sonuçlarına baktığımızda girişimciliğin Avrupa'da yüksek bir itibara sahip olduğunu görüyoruz. 2010 ve 2011 ile karşılaştırıldığında kendi işinin sahibi olma potansiyeli Avrupa'nın tamamında değil, araştırmaya katılan her üç kişiden biri (yüzde 38) kendi işini başlat-



yük sebebi ise kişisel tatmin, kendi fikirlerini hayata geçirme imkânı.

Avrupalılar'ın kendi işlerini yapmak istemelerinin en büyük sebebi, geçen sene olduğu gibi yüzde 45 oranla kendi işinin patronu olma isteği. Bunu kişisel tatmin ve kendi fikirlerini hayata geçirme olasılığı (yüzde 39) ve ek gelir beklentisi (yüzde 33) izliyor. Ek gelir beklentisi ise geçen seneye göre yüzde 5'lik oranla diğer sebeplere göre en büyük artışı gösteriyor. Romanya, Yunanistan ve Danimarka ek gelir beklentisine ortalamının üzerinde değer veriyor.

Zamanlarını esnek yönetebiliyorlar

Avrupalılar, girişimcilerin çalışmak istedikleri yere karar vermekte daha bağımsız olduğuna, yeni yollar çizme cesaretine sahip olduğuna ve zamanlarını daha esnek şekilde yönetebildiğine katılıyor. Ülkeleri finansal krizden etkileniyor olsun ya da olmasın, Avrupa genelindeki insanlar, bu becerileri girişimciler için önemli nitelikler olarak algılıyor. Yunanistan, Almanya ve Avusturya girişimcilerin nerede çalışacaklarına karar vermekte bağımsız olmaları'nın girişimcileri çalışanlardan ayıran en önemli özellik olduğunu düşünürken Danimarka, Almanya ve Yunanistan "Girişimcilerin yeni yol-

lar çizme cesaretine sahip olması" diyor.

Türkiye, (İsviçre ile beraber) yüzde 48 ile en yüksek ikinci serbest meslek sahipliği potansiyeline sahip ülke. Ancak Türkiye'deki girişimcilik potansiyeli ile hâlihazırdaki gerçek serbest meslek sahiplik oranı arasındaki fark (yüzde 29) da Polonya'dan sonra Avrupa'daki en yüksek fark olarak dikkat çekiyor.

Türkiye'de 15 yaş üzeri bin 474 kişi ile yüzde yüze gerçekleştirilen araştırmada en çok 15 - 29 yaş arasındakilerin kendi işini yapmaya cesareti olduğu görülüyor. Bu yaş grubundaki her 2 kişiden 1'i de bunu yapabileceğine inanıyor. Çoğu ülkede olduğu gibi, Türk erkekleri, serbest meslek sahipliğine karşı Türk kadınlarına kıyasla daha olumlu bir tavır sergilerken üniversite mezunu ve çocuksuz olanların girişimcilik konusunda daha cesur oldukları görülüyor.

Marmara en olumlu bölge

Bölgelere göre baktığımızda ise Marmara Bölgesi, kendi işini yapma konusuna en olumlu bakan bölge olarak öne çıkıyor. Ege ve Doğu Anadolu ise hem olumlu bakıyor hem de 'yaparam' diyor. Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu ise alt sıralarda yer alan bölgeler

Türkiye'de her üç katılımcıdan biri ek gelir ve kendi işinin patronu olma imkânlarını girişimci olmanın en önemli sebepleri olarak görüyor. Kadınlar ve üniversite mezunları ise kendi işini yapmanın en önemli sebebi olarak kişisel tatmin ve kendi fikirlerini hayata geçirme olasılığı diyor. İç Anadolu'da kendi işinin patronu olma fikri öne çıkarken, Marmara'da kendi fikirlerini uygulayabilme imkanı, Karadeniz ve Akdeniz'de ek gelir beklentisi girişimciliğe olumlu bakmanın başlıca sebepleri.

Ankete katılanların yüzde 44'ü sermaye eksikliğini girişimciliğin önündeki en büyük engel olarak görürken bunu yüzde 30'luk oranla kamu desteğinin olmaması izliyor. Marmara'da ekonomik belirsizlik en büyük engel olarak görülürken Doğu Anadolu ve Karadeniz'de sermaye eksikliği sebebi başı çekiyor. Bunlarla birlikte her biri Avrupa Birliği veya Euro Bölgesi içinde yer alan ülkelerin aksine, Türkler mevcut ekonomik durumdaki belirsizliği de bir sorun olarak görmüyor.



Bulanık su girişimcisi 30 milyon liraya koşuyor

Gelişmiş ülkelerde, halkın içme suyunu su arıtma cihazları yardımıyla kendilerinin ürettiğini gözlemleyen girişimci Emre Ermiş, üç yıllık bir çalışmanın sonucunda kendi su arıtma makine markası Waterbox'ı yarattı. Türkiye'de bu alanda üretim yapan tek şirket olan Waterbox, 2012'de 20 milyon liralık cirosunu, 2013'te 30 milyon liraya çıkarmayı hedefliyor.



Girişimcilik doğru yatırım alanını seçmeyi, risk almayı ve biraz da azmi gerektiriyor. İş seçimi doğru yapıp risk almaktan kaçınmayan ve yılmadan çalışan girişimciler ise bunun doğal sonucu olarak başarılı oluyor. Emre Ermiş de bu isimlerden biri. Onun hikayesi üniversiteyi bitirdiği yıllarda başlıyor.

Ortadoğu Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nde eğitimini tamamladıktan sonra, mutfak gereçleri üretimi ve doğru satış yoluyla pazarlamasını yapan bir firmada çalışmaya başlıyor. 1995 yılında çalıştığı firma ürün portföyüne su arıtma makinesini de dahil ediyor.

Bu su arıtma makinesinin tanıtım ve montaj projesi de Ermiş'e veriliyor. Altı yıl kadar bu görevde çalışan Ermiş, iş sürecinde dünya su arıtma sektörünü tanıma fırsatı da buluyor. Gelişen su arıtma teknolojileri sayesinde musluklara ön arıtmadan geçirilerek gelen şebeke sularının, profesyonel bir su arıtma makinesi kullanılarak içilebilecek sağlıklı suya dönüştürülebildiğini gören Ermiş, gelişmiş ülkelerde halkın içtiği suyu kendilerinin ürettiğini gözlemliyor.

Türkiye'de ise o yıllarda kurumsallaşmış bir su arıtma makinesi markası olmadığını fark ediyor ve bu boşluğu doldurabilecek bir marka yaratmayı kafasına koyuyor. Bu amaç doğrultusunda üç yıl kadar yoğun çalışmalar sürdürüyor. Türkiye koşullarına göre, beyaz eşya sınıfında yer alacak su arıtma makineleri geliştiren girişimci, yaptığı tasarımlar kutuya benzediği için markasına Waterbox (su kutusu) adını veriyor. Bin 100 kişiye istihdam sağlayan şirket, geçen yılki 20 milyon liralık cirosunu 2013'te 30 milyon liraya çıkarmayı hedefliyor.

Yeni tesisi devrede

İşe ilk olarak 2002 yılının başlarında Ankara OSTİM'de 100 metrekarelik bir atölyede 100 bin lira civarında bir sermaye ile başlamış Waterbox Yönetim Kurulu Başkanı Emre Ermiş. Ardından Halk Bankası KOBİ destek kredilerinden faydalanmış. 'Kapsül filtreler Ar-Ge Projesi' ile TUBİ-TAK, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve KOSGEB desteklerini hak etmiş.

Makine modellerini geliştirmesi ve satış hızlandırması ise üç yıl sürmüştü. 2000'li yılların başlarında artık sağlıklı içme suyu ihtiyacı için çözüm olarak seçilmiş ambalajlı suların maliyetlerinin hem evlerde, hem de iş yerlerinde ciddi rakamlara ulaşması nedeniyle Waterbox'a ilginin yüksek olacağını öngördüğünü belirten Ermiş, şöyle devam ediyor: "2011 yılına kadar OSTİM'de 3 bin 500 metrekarelik bir kapalı alanda üretim yapıyorduk. Sadece ülkemiz değil dünya su arıtma pazarında dikkat çekebilecek yeni su arıtma makineleri geliştirmek ve ihracat miktarlarımızı artırabilmek için Ankara Gölbaşı'nda yer alan yeni tesis yatırımımızı ise Ekim 2012'de açtık."

Ihracat hedefi 1 milyon dolar

Şirket bugün çalışmalarını 10 bin metrekare kapalı alanda sürdürüyor. Aylık üretim kapasitesi ise yaklaşık 10 bin makine ve 100 bin kapsül filtre. Şu an kapasitelerinin 5'te 1'ini kullandıklarını söyleyen Ermiş, ayrıca tesislerinin Avrupa'nın en büyük beyaz eşya sınıfında su arıtma makinesi fabrikası olduğunun da altını çiziyor. Üretimlerinin yüzde 5'ini ABD, İspanya, Almanya, Hindistan, Kuzey Irak ve Türkiye Cumhuriyetleri'ne ihraç ettiklerini de belirten Ermiş, "Gölbaşı'ndaki yeni yatırımımıza kadar yur-

tiçi satışlarımıza öncelik vermiştik. Ancak yeni tesisimizin faaliyete geçmesiyle birlikte 2013'te 1 milyon dolar ihracat hedefliyoruz" diyor.

Kendi satış ekibi var

Şirket, su arıtma makinelerini mağazalarda satışa sunmak yerine beş duyuya hitap ederek tanıtmayı tercih ediyor. Bu amaçla kendi doğrudan satış organizasyonunu kurmuş bulunuyor. Türkiye genelinde 30'un üzerinde tanıtım ofisi açtıklarını ve bugün binin üzerinde tanıtım görevlisi ile çalışmalarını sürdürdüklerini ifade eden Ermiş, şunları anlatıyor: "Müşteri sayımız 120 bini geçti. Başta Sağlık Bakanlığı, Sanayi Bakanlığı, Türk Standartları Enstitüsü olmak üzere birçok devlet kurumunda, Türk Telekom, Bilkent Üniversitesi gibi büyük kuruluşlarda, sayısız hastane, okul, otel, banka ve büyük şirketlerde Waterbox kullanılıyor. Bir gün mutlaka herkesin içtiği suyu kendi üreteceğine inanıyoruz ve o gün geldiğinde en çok tercih edilen marka olmayı hedefliyoruz."

EMRE ERMIŞ

Fiyatları 970 liradan başlıyor

Özellikle son yıllarda içme suyu konusunda halkımızın bilinçlenmesiyle birlikte su arıtma makinelerine ilgi katlanarak artmaya başladı. Diğer taraftan damacana sularının riskleri hakkında önemli haberler yayınlandı. Bütün bu gelişmelerin neticesinde tüketicilerin su arıtma makinelerine ilgisinin arttığına değinen Ermiş, ürünleriyle ilgili ise şu bilgileri veriyor: "Evlere yönelik iki modelimiz var. Biri portatif, diğeri ise tezgah altına yerleştirilip tesisata bağlandıktan sonra otomatik olarak çalışan küp modelimiz. Portatif olan 970 lira, otomatik olan ise bin 480 lira. İş yerlerinde ise ürün çeşitliliğimiz daha fazla. Arıttığı içme suyunu soğutarak veya ısıtarak sunan modellerimiz var. Diğer taraftan hafif endüstriyel dediğimiz yüksek arıtım kapasiteli modellerimiz de var. Bunların fiyatları ise bin 880 ile 5 bin lira arasında."





Doğuş Grubu'nu ikna etti hayalini gerçekleştirdi

Kadın girişimci Özge Yılmaz, Doğuş Grubu'nu ikna etti ve Bonus Card'ın desteğiyle bonubon.com'u kurdu. Bir ilk yaparak POS-kart-kupon entegrasyonu sayesinde kupon numarası kullanma derdini ortadan kaldırdı. Bonus Card'ın desteğini alarak alışverişlerde bonus kazandırma, kazanılan bonusları bonubon alışverişlerinde kullanabilme gibi avantajları da tüketicilere sundu.



İnternet bugün artık sadece iletişim aracı değil, hayatımızın bir parçası... Banka işlemlerinden, haberleşmeye, ev kiralamaya, alışverişten, eğlenceye kadar her noktada internetten faydalanıyor hatta sosyal hayatımızı buradan organize ediyoruz. Dolayısıyla, artık bu anlamda komple hizmet sunan internet sitelerinin de sayısı artıyor. Doğuş Grubu'nun yeni iştiraki olan Bonubon.com da bu sitelerden biri. Üstelik sitenin fikir babası bir kadın girişimci. Sitenin kuruluş öyküsü ise kısaca şöyle:

Özge Yılmaz, Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nü bitirdikten sonra, ODTÜ'deki master'ı sırasında katıldığı bir reklam ve pazarlama yarışmasında dereceye girdi ve bu yarışmada hayalindeki mesleğin reklamcılık olduğunu anladı. Y&R'da stajyer olarak reklamcılığa adım attı. Daha sonra Y&R New York'a geçerek P&G, Estee Lauder, HP, Citibank gibi markalarla çalıştı. Ardından New York'ta Added Value şirketine transfer olarak PepsiCo yiyecek ve içecek markalarının 13 Latin Amerika ülkesinde lansman ve büyümesinden sorumlu direktörü oldu.

2008 yılında Türkiye'ye dönerek Alametifarika'da stratejik planlamadan sorumlu direktör görevini üstlendi. 2010 yılı başında ise sosyal medyada çığır fikirleri olanlarla çalışmak için Virütic şirketini kurdu fakat o dönemlerde üzerinde çalıştığı başka bir projesi ve hayali daha vardı. Hayalinin peşinden gitti ve 2012 Nisan itibarıyla bonubon.com'u faaliyete geçirdi.

Kuponlar iade edilebiliyor

Bonubon.com fikrinin temelinde tüketici ve iş yerlerini internet üzerinde her açıdan en uygun şartlar ile buluşturabilmek yer alıyor. "Bonubon.com'u kurarken, tüketicilere en uygun fiyatlarla en kolay alışveriş imkanını sunmayı, iş yerlerine ise sadece



alternatif değil, aynı zamanda çok güçlü bir satış, reklam ve pazarlama kanalı görevi görecektir bir platform olmayı hedefledik" diyor Yılmaz.

Yılmaz, sitenin kuruluşu aşamasında sadece Türkiye'deki değil, dünyadaki başarılı uygulamaları da incelemiş. Tüketicileri ve iş yerlerini dinlemiş, onların alışkanlıklarını, beklentilerini, çekincelerini analiz etmiş. Ve ortaya tüketiciye dilediği anda iletişim kurabileceği, aldığı ama kullanmadığı kuponları iade edebileceği, her üye-

sini teker teker tüm ilgi alanları ve alışveriş alışkanlıkları ile tanıyan, kart-kupon-pos entegrasyonu sayesinde satış kolaylığını hizmet noktasına da taşıyan bir platform çıkmış.

7.5 milyon ek ciro yarattı

Garanti Bankası Bonus Card işbirliği ile Doğu Grubu bünyesinde kurulan bonubon.com, eğlenceden eğitime, alışverişten tatile farklı alanlarda fırsatlar sunuyor. Bonubon.com'da 20'den fazla kategoride ürün ve hizmet bulunuyor. Üyelerine sağlık, yeme-içme, turizm, güzellik, hobi ve eğitim gibi pek çok alanda kampanya sunuyor.

benzersiz bir vizyona sahip. Kuruluşunun üzerinden yaklaşık yedi ay geçmesine rağmen 2 milyonun üzerinde üyeye ulaşan, 5 bin işletmeye 7.5 milyon TL ek ciro sağlayan ve şimdiden kendi kategorisinde 2'nci sıraya yerleşen bonubon.com başarısının temelinde bu işe ilk günden duyduğu inanç ve vizyonu ile büyümesi yer alıyor."

Kumbara sistemi

Bonubon'da her üye için oluşturulan bir kumbara bulunuyor. Kullanılmayan ya da iptal edilen kuponların ücretleri başka bir kampanyada kullanılmak üzere bu kumbaralara aktarılıyor. Sitenin bir başka özelliği ise kupon - kredi kartı

entegrasyonu. Bu özellikle satın alınan kampanyalar, herhangi bir Garanti Bankası kartına veya kolaylıkla oluşturulabilen 'Bonumara'ya tanımlanıyor ve kullanım sonrasında Garanti POS'undan kampanya otomatik olarak düşüyor.

Sağladığı pratikliğin yanı sıra kuponlu alışveriş bu sayede sadece müşteri ve Bonubon arasında kalıyor. Üyelik sırasında doldurulan kısa bir bilgi formu ile müşterilerin ilgi alanları tespit ediliyor. Yaşadığınız şehir ve bölgedeki size uygun kampanyaları size özel seçerek bilgilendirme yapıyor. Böylece her gün birikmiş e-posta yığını da oluşmuyor.

Paracard ile alternatif ödeme

Yaşı ve gelir beyan edememesi nedeniyle kredi kartı sahibi olmayan kişiler de bonubon.com'dan alışveriş yapabiliyorlar. Garanti Bankası ile geliştirdikleri ve sektörde bir ilk olan ön ödemeli Bonubon Paracard projesi sayesinde isteyen herkese alışveriş için çözüm sunduklarını ifade eden Yılmaz, "Bu özellik bizim için çok önemli çünkü uzun dönem stratejimizde internet alışverişini hayatın içine sokmak, buradaki hacmi büyütmek var. Bunun için doğru ürünleri en uygun fiyatlarla sunmak yeterli değil, nasıl alacakları da son derece önemli. Bonubon Paracard ile alternatif ödeme sistemi sunuyoruz" diyor. Şu an bir internet sitesine ait tek ödeme aracı olan bu kartın en önemli özelliği tüm internet kullanımına açık olması.

ÖZGE YILMAZ

Modaya ağırlık verecek

Önümüzdeki dönemde daha da fazla ürün ve hizmet sunacaklarını söyleyen Özge Yılmaz, hedeflerini şöyle anlatıyor:

"Türkiye'nin her yerindeki iş yerleri ile tüketicilerimizi buluşturuyor olacağız. Ayrıca bonubon.com'da kampanyalarımızın birbirleri ile anlamlandırılmasına büyük bir önem veriyoruz. Yani eğer bir konser için kampanya çıkıyorsak, o konsere diğer şehirlerden gelmek isteyenlere kolaylık sağlayabilmek için indirimli ulaşım kampanyası ekliyoruz. Bunun yanında üyelerimize, 2013 yılında sitemizde moda ile alakalı daha fazla ürün ve çeşit bulacaklarının haberini ilk kez burada vermek isterim."

Yılmaz, Doğu Grubu'nu bu yatırıma nasıl ikna ettiğini şöyle anlatıyor:

"Teknolojinin gelişmesi ve ucuzlaması sayesinde ise internet kullanımı her geçen gün daha da artıyor ve bu güç daha da kuvvetleniyor. Doğu Grubu ise bu gücü doğru uygulamalar, üstün teknoloji ve yüksek marka kalitesi yaratarak kullandığında gidilebilecek noktaların ne olduğunu görebilme konusunda



sini teker teker tüm ilgi alanları ve alışveriş alışkanlıkları ile tanıyan, kart-kupon-pos entegrasyonu sayesinde satış kolaylığını hizmet noktasına da taşıyan bir platform çıkmış.

7.5 milyon ek ciro yarattı

Garanti Bankası Bonus Card işbirliği ile Doğu Grubu bünyesinde kurulan bonubon.com, eğlenceden eğitime, alışverişten tatile farklı alanlarda fırsatlar sunuyor. Bonubon.com'da 20'den fazla kategoride ürün ve hizmet bulunuyor. Üyelerine sağlık, yeme-içme, turizm, güzellik, hobi ve eğitim gibi pek çok alanda kampanya sunuyor.

benzersiz bir vizyona sahip. Kuruluşunun üzerinden yaklaşık yedi ay geçmesine rağmen 2 milyon üzerinde üyeye ulaşan, 5 bin işletmeye 7.5 milyon TL ek ciro sağlayan ve şimdiden kendi kategorisinde 2'nci sıraya yerleşen bonubon.com başarısının temelinde bu işe ilk günden duyduğu inanç ve vizyonu ile büyümesi yer alıyor."

Kumbara sistemi

Bonubon'da her üye için oluşturulan bir kumbara bulunuyor. Kullanılmayan ya da iptal edilen kuponların ücretleri başka bir kampanyada kullanılmak üzere bu kumbaralara aktarılıyor. Sitenin bir başka özelliği ise kupon - kredi kartı

entegrasyonu. Bu özellikle satın alınan kampanyalar, herhangi bir Garanti Bankası kartına veya kolaylıkla oluşturulabilen 'Bonumara'ya tanımlanıyor ve kullanım sonrasında Garanti POS'undan kampanya otomatik olarak düşüyor.

Sağladığı pratikliğin yanı sıra kuponlu alışveriş bu sayede sadece müşteri ve Bonubon arasında kalıyor. Üyelik sırasında doldurulan kısa bir bilgi formu ile müşterilerin ilgi alanları tespit ediliyor. Yaşadığınız şehir ve bölgedeki size uygun kampanyaları size özel seçerek bilgilendirme yapıyor. Böylece her gün birikmiş e-posta yığını da oluşmuyor.

Paracard ile alternatif ödeme

Yaşı ve gelir beyan edememesi nedeniyle kredi kartı sahibi olmayan kişiler de bonubon.com'dan alışveriş yapabiliyorlar. Garanti Bankası ile geliştirdikleri ve sektörde bir ilk olan ön ödemeli Bonubon Paracard projesi sayesinde isteyen herkese alışveriş için çözüm sunduklarını ifade eden Yılmaz, "Bu özellik bizim için çok önemli çünkü uzun dönem stratejimizde internet alışverişini hayatın içine sokmak, buradaki hacmi büyütme var. Bunun için doğru ürünleri uygun fiyatlarla sunmak yeterli değil, nasıl alacakları da son derece önemli. Bonubon Paracard ile alternatif ödeme sistemi sunuyoruz" diyor. Şu an bir internet sitesine ait tek ödeme aracı olan bu kartın en önemli özelliği tüm internet kullanımına açık olması.



ÖZGE YILMAZ

Modaya ağırlık verecek

Önümüzdeki dönemde daha da fazla ürün ve hizmet sunacaklarını söyleyen Özge Yılmaz, hedeflerini şöyle anlatıyor:

"Türkiye'nin her yerindeki iş yerleri ile tüketicilerimizi buluşturuyor olacağız. Ayrıca bonubon.com'da kampanyalarımızın birbirleri ile anlamlandırılmasına büyük bir önem veriyoruz. Yani eğer bir konser için kampanya çıkıyorsak, o konsere diğer şehirlerden gelmek isteyenlere kolaylık sağlayabilmek için indirimli ulaşım kampanyası ekliyoruz. Bunun yanında üyelerimize, 2013 yılında sitemizde moda ile alakalı daha fazla ürün ve çeşit bulacaklarımızın haberini ilk kez burada vermek isterim."

Yılmaz, Doğu Grubu'nu bu yatırıma nasıl ikna ettiğini şöyle anlatıyor:

"Teknolojinin gelişmesi ve ucuzlaması sayesinde ise internet kullanımı her geçen gün daha da artıyor ve bu gücü daha da kuvvetlendiriyor. Doğu Grubu ise bu gücü doğru uygulamalar, üstün teknoloji ve yüksek marka kalitesi yaratarak kullandığında gidilebilecek noktaların ne olduğunu görebilme konusunda





Paranızı siz değil ParaBilir harcayacak

Günümüzde tasarruf önemli. İnternet girişimlerini artık tasarruf noktasında bile görmeye başladık. İşte bu örneklerden biri olan Parabilir.com, kullanıcıları tasarrufa teşvik eden, aşırı tüketim ve israftan koruyan, bireysel finansman yönetimi ile kaynaklarının heba olmasının önüne geçmeye hedefleyen bir internet sitesi.

ParaBilir.com, üyelerine bireysel finansman yönetiminin en önemli unsuru olan bütçe planlama hizmeti veriyor. Bütçe disiplinine uymanızı kolaylaştırıyor, bütçe disiplini bozduğunuzda sizi hemen uyarıyor.

Site, üyelerinin gelir-gider dengesini sağlıyor. Üyelerine tasarruf hedefleri koyarak birikim yapmalarını sağlıyor. Bütçe planı, raporlama avantajlarının yanı sıra planlama, kredibilite, kredi analizi gibi hizmetler veriyor.

İlk girişimi ilham verdi

Sitenin kurucusu Taylan Tüfekçi, dokuz yıllık profesyonel kariyerin ardından 2010 yılında tüketiciye banka kredilerini karşılaştırma imkânı veren ve sonucunda tüketici ile bankaları buluşturan kredi karşılaştırma platformu KrediKazan.com'u kurdu. KrediKazan.com bankalara ayda ortalama 30 bin kredi yönlendiriyor. İkinci projesi ise Türkiye'nin ilk bireysel finans yönetimi sitesi ParaBilir.com oldu. ParaBilir.com bir senelik bir yazılım geliştirme süresi sonucunda Mayıs 2012'de yayına başladı.

Tüfekçi'nin Parabilir.com'u hayata geçirmesine KrediKazan.com ilham vermiş. Bu sitede ayda 30 bin kişiyle temas ederken bu sayede binlerce bireyin sorularına muhatap olmuş, bu da Tüfekçi'ye insanların ihtiyaçlarını anlamak için önemli bir fırsat sunmuş. Tüfekçi, "Biz de bu fir-

KrediKazan.com'un kurucusu girişimci Taylan Tüfekçi, tasarrufa teşvik eden, aşırı tüketim ve israftan koruyan, bireysel finansman yönetimi ile kaynaklarının heba olmasının önüne geçmeyi hedefleyen internet sitesi parabilir.com'u hayata geçirdi. ParaBilir, üyelerine her bir gider kategorisi için ayrı ayrı harcama limiti belirleyip, bu limitler çerçevesinde harcamalarını takip etme imkânı sunuyor.



TAYLAN TÜFEKÇİ

satı değerlendirdik ve bireyleri bütçelerini yapmaya, tasarruf etmeye, zorunlu ödemelerine öncelik vermeye, gerçek ihtiyaçlarına yönelik bilinçle harcama yapmaya, birikim ve gelecek planı yapmaya, kredi itibarına sahip olmaya ve bankalarla dost geçinmeye teşvik eden ilk bireysel finans yönetimi sitesi ParaBilir.com'u kurduk" diyor.

Limit aşılsa sistem uyarıyor

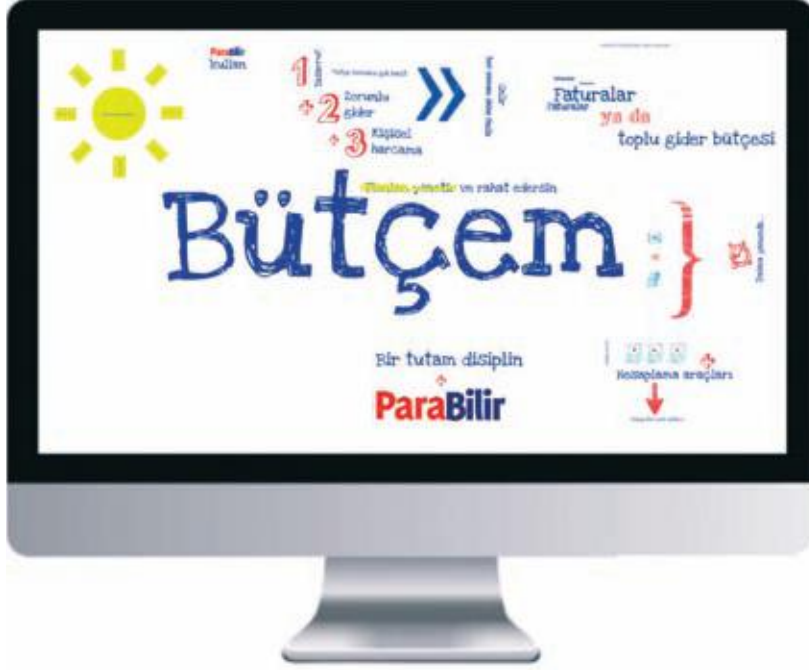
ParaBilir'in çok basit bir bütçe formülü var. Önce tasarrufu hedefleniyor ve tasarruf için para ayrılıyor. Sonra zorunlu giderler karşılanıyor. Kişisel harcamalara dikkat ediliyor ve gelir aşılmıyor. Tüfekçi, "Özetle tasarruf hedefimiz + zorunlu giderlerimiz + kişisel harcamalarımızın toplamı gelirlerimizi aşmayacak" diyor.

Bir ay boyunca kira, kredi taksiti, market, akaryakıt ve bunun gibi birden fazla gider kategorisinde harcama yapılıyor. ParaBilir, üyelerine her bir gider kategorisi için ayrı ayrı harcama limiti belirleyip bu limitler çerçevesinde harcamalarını takip etme imkânı sunuyor. Şayet bu limitler aşılsa veya aşmaya yaklaşırsa sistem uyarıyor. Bu sayede hem harcamalar disiplin altına alıyor, hem de bilinçsiz harcamaların önüne geçerek bilinçli ve daha rahat bir şekilde harcamalar yapılabiliyor. Böylece tasarrufa odaklanılabiliyor.

Tüfekçi, üyelerini bankalarda hesap açmaya, bilinçli kredi kartı kullanmaya teşvik ettiklerini de sözlerine ekliyor.

ParaBilir Lig kuruyor

ParaBilir'i herkesin çok basit bir şekilde bütçesini planlayabileceği ve tasarrufa odaklanabileceği bir platform olarak tasarladıklarını ancak



şimdi eğlenceyi de katarak platformu yenileyebileceklerini ifade eden Tüfekçi, şöyle devam ediyor:

“Parabilir’i oyunlaştırıyoruz, böylece bütçe yapmak basit olduğu kadar eğlenceli de olacak. Giderlerimizi disiplinle işleyerek, bankalarla dost kalarak, tasarruf hedeflerimizi tutturarak puanlar ve rozetler kazanacak, Parabilir Lig’de şampiyonluğu hedefleyeceğiz. Ayrıca artık Parabilir üyeleri yazılar yazarak, sorular sorarak, sorulan sorulara cevaplar vererek hem kendilerini ifade etme özgürlüğü kazanacak, hem katılımcı ruhları sayesinde puan ve rozetler kazanabilecekler.”

Yeni projeler geliyor

Tüfekçi, finansal eğitimin sadece bireylerin refahı için değil, aynı zamanda finansal piyasaların sağlıklı bir şekilde işlemesi, finansal ve ekonomik istikrara katkıda bulunması ve dolayısıyla toplumun refahına katkısı nedeniyle de önemi giderek artan bir kavram haline geldiğini ifade ediyor.

Bu nedenle yaptıkları girişimin aslında sosyal bir boyutu olduğunu da vurguluyor. Mayıs 2012’de yayın hayatına başlarken 2012 sonunda 15 bin üye hedeflediklerini, bugün itibarıyla yaklaşık 16 bin üyeye ulaştıklarını belirten Tüfekçi, 2015 sonunda finansal okuryazarlık

kabiliyetine sahip hesabını bilen 1 milyon üye hedeflediklerine dikkat çekiyor. Sağlık ve yaşam alanında da üzerine çalıştıkları yeni bir projelerinin olduğunu söyleyen Tüfekçi, bu projeyi de şubat ayında hayata geçirmeyi planladıklarını sözlerine ekliyor.

“Finansal eğitim bir ihtiyaç”

Finansal eğitimin sadece Türkiye’de değil Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından da desteklenen önemli bir konu olduğuna dikkat çeken Taylan tüfekçi, dünyada da bu konuyla alakalı birçok girişimin olduğunu belirtiyor ve şöyle devam ediyor:

“Bu girişimlerin en değerlisi ve öncüsü internet Oscar’ları olarak nitelendirilebileceğimiz Webby Awards’da finans sektöründe yıllardır hiç ara vermeden birinciliğini devam ettiren Mint.com ’dur. Bireysel finans yönetimi özellikle gelişmiş ülkelerde son derece popüler bir kavram. Mint.com ‘un yıllardır süre gelen başarısının bireysel finans yönetimi alanında ki ihtiyacı açıkça ifade eden önemli bir gösterge olduğunu düşünüyorum.”





Paranızı siz değil ParaBilir harcayacak

Günümüzde tasarruf önemli. İnternet girişimlerini artık tasarruf noktasında bile görmeye başladık. İşte bu örneklerden biri olan Parabilir.com, kullanıcıları tasarrufa teşvik eden, aşırı tüketim ve israftan koruyan, bireysel finansman yönetimi ile kaynaklarının heba olmasının önüne geçmeye hedefleyen bir internet sitesi.

ParaBilir.com, üyelerine bireysel finansman yönetiminin en önemli unsuru olan bütçe planlama hizmeti veriyor. Bütçe disiplinine uymanızı kolaylaştırıyor, bütçe disiplini bozduğunuzda sizi hemen uyarıyor.

Site, üyelerinin gelir-gider dengesini sağlıyor. Üyelerine tasarruf hedefleri koyarak birikim yapmalarını sağlıyor. Bütçe planı, raporlama avantajlarının yanı sıra planlama, kredibilite, kredi analizi gibi hizmetler veriyor.

İlk girişimi ilham verdi

Sitenin kurucusu Taylan Tüfekçi, dokuz yıllık profesyonel kariyerin ardından 2010 yılında tüketiciye banka kredilerini karşılaştırma imkânı veren ve sonucunda tüketici ile bankaları buluşturan kredi karşılaştırma platformu KrediKazan.com'u kurdu. KrediKazan.com bankalara ayda ortalama 30 bin kredi yönlendiriyor. İkinci projesi ise Türkiye'nin ilk bireysel finans yönetimi sitesi ParaBilir.com oldu. ParaBilir.com bir senelik bir yazılım geliştirme süresi sonucunda Mayıs 2012'de yayına başladı.

Tüfekçi'nin Parabilir.com'u hayata geçirmesine KrediKazan.com ilham vermiş. Bu sitede ayda 30 bin kişiyle temas ederken bu sayede binlerce bireyin sorularına muhatap olmuş, bu da Tüfekçi'ye insanların ihtiyaçlarını anlamak için önemli bir fırsat sunmuş. Tüfekçi, "Biz de bu fırsatı değerlendirdik ve bireyleri bütçelerini yap-

KrediKazan.com'un kurucusu girişimci Taylan Tüfekçi, tasarrufa teşvik eden, aşırı tüketim ve israftan koruyan, bireysel finansman yönetimi ile kaynaklarının heba olmasının önüne geçmeyi hedefleyen internet sitesi parabilir.com'u hayata geçirdi. ParaBilir, üyelerine her bir gider kategorisi için ayrı ayrı harcama limiti belirleyip, bu limitler çerçevesinde harcamalarını takip etme imkânı sunuyor.



TAYLAN TÜFEKÇİ

maya, tasarruf etmeye, zorunlu ödemelerine öncelik vermeye, gerçek ihtiyaçlarına yönelik bilinçle harcama yapmaya, birikim ve gelecek planı yapmaya, kredi itibarına sahip olmaya ve bankalarla dost geçinmeye teşvik eden ilk bireysel finans yönetimi sitesi ParaBilir.com'u kurduk" diyor.

Limit aşırsa sistem uyarıyor

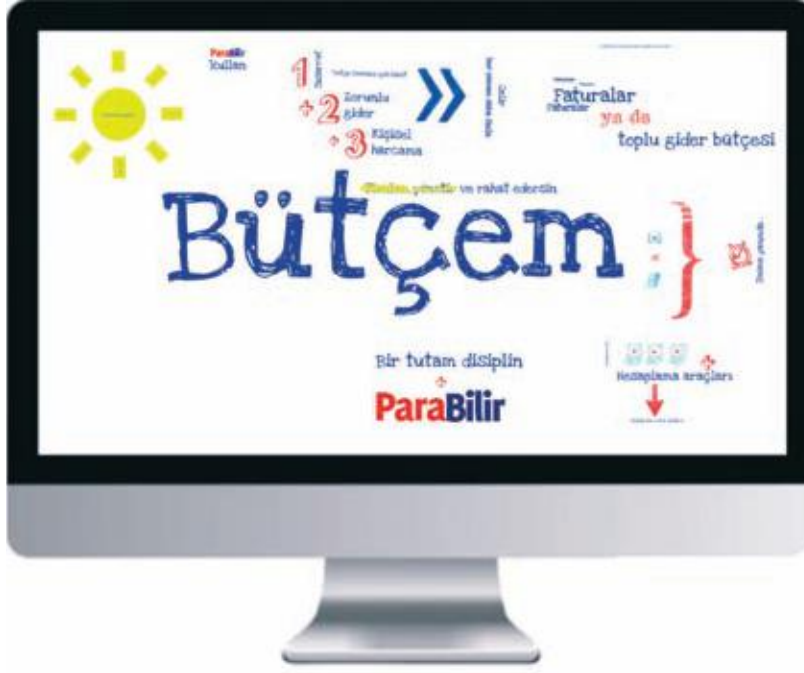
ParaBilir'in çok basit bir bütçe formülü var. Önce tasarrufu hedefleniyor ve tasarruf için para ayrılıyor. Sonra zorunlu giderler karşılanıyor. Kişisel harcamalara dikkat ediliyor ve gelir aşılmıyor. Tüfekçi, "Özetle tasarruf hedefimiz + zorunlu giderlerimiz + kişisel harcamamızın toplamı gelirlerimizi aşmayacak" diyor.

Bir ay boyunca kira, kredi taksiti, market, akaryakıt ve bunun gibi birden fazla gider kategorisinde harcama yapılıyor. ParaBilir, üyelerine her bir gider kategorisi için ayrı ayrı harcama limiti belirleyip bu limitler çerçevesinde harcamalarını takip etme imkânı sunuyor. Şayet bu limitler aşırsa veya aşmaya yaklaşırsa sistem uyarıyor. Bu sayede hem harcamalar disiplin altına alıyor, hem de bilinçsiz harcamaların önüne geçerek bilinçli ve daha rahat bir şekilde harcamalar yapılabilir. Böylece tasarrufa odaklanılabiliyor.

Tüfekçi, üyelerini bankalarda hesap açmaya, bilinçli kredi kartı kullanmaya teşvik ettiklerini de sözlerine ekliyor.

ParaBilir Lig kuruyor

ParaBilir'i herkesin çok basit bir şekilde bütçesini planlayabileceği ve tasarrufa odaklanabileceği bir platform olarak tasarladıklarını ancak şimdi eğlenceyi de katarak platformu yenileye-



ceklerini ifade eden Tüfekçi, şöyle devam ediyor: "ParaBilir'i oyunlaştırıyoruz, böylece bütçe yapmak basit olduğu kadar eğlenceli de olacak. Giderlerimizi disiplinle işleyerek, bankalarla dost kalarak, tasarruf hedeflerimizi tutturarak puanlar ve rozetler kazanacak, ParaBilir Lig'de şampiyonluğu hedefleyeceğiz. Ayrıca artık ParaBilir üyeleri yazılar yazarak, sorular sorarak, sorulan sorulara cevaplar vererek hem kendilerini ifade etme özgürlüğü kazanacak, hem katılımcı ruhları sayesinde puan ve rozetler kazanabilecekler."

Yeni projeler geliyor

Tüfekçi, finansal eğitimin sadece bireylerin refahı için değil, aynı zamanda finansal piyasaların sağlıklı bir şekilde işlemesi, finansal ve ekonomik istikrara katkıda bulunması ve dolayısıyla toplumun refahına katkısı nedeniyle de önemi giderek artan bir kavram haline geldiğini ifade ediyor.

Bu nedenle yaptıkları girişimin aslında sosyal bir boyutu olduğunu da vurguluyor. Mayıs 2012'de yayın hayatına başlarken 2012 sonunda 15 bin üye hedeflediklerini, bugün itibarıyla yaklaşık 16 bin üyeye ulaştıklarını belirten Tüfekçi, 2015 sonunda finansal okuryazarlık kabiliyetine sahip hesabını bilen 1 mil-

yon üye hedeflediklerine dikkat çekiyor. Sağlık ve yaşam alanında da üzerine çalıştıkları yeni bir projelerinin olduğunu söyleyen Tüfekçi, bu projeyi de şubat ayında hayata geçirmeyi planladıklarını sözlerine ekliyor.

"Finansal eğitim bir ihtiyaç"

Finansal eğitimin sadece Türkiye'de değil Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından da desteklenen önemli bir konu olduğuna dikkat çeken Taylan tüfekçi, dünyada da bu konuyla alakalı birçok girişimin olduğunu belirtiyor ve şöyle devam ediyor:

"Bu girişimlerin en değerlisi ve öncüsü internet Oscar'ları olarak nitelendirebileceğimiz Webby Awards'da finans sektöründe yıllardır hiç ara vermeden birinciliğini devam ettiren Mint.com 'dur. Bireysel finans yönetimi özellikle gelişmiş ülkelerde son derece popüler bir kavram. Mint.com 'un yıllardır süre gelen başarısının bireysel finans yönetimi alanında ki ihtiyacı açıkça ifade eden önemli bir gösterge olduğunu düşünüyorum."





Özbilenler üç kuşaktır balık ağı dokuyor

Naylon iplikten balık ağı dokumasını Türkiye'ye ilk kez getiren ve bunun üzerine İstanbul'da fabrika kuran Çeşitler Mensucat, bugün üçüncü kuşağın yönetimi devraldığı bir aile şirketi...

Çeşitler Mensucat'ın kurucusu Mümtaz Özbilen, 450 yıllık dokuma geçmişi olan Denizli/Babadağ'da doğdu. O tarihlerde Özbilen ve eşi tüm köy halkı gibi evde el dokuma tezgahı ile tekstil işiyle uğraşmaktaydı. Çocuklarını okutabilmek amacıyla 1936 yılında İstanbul'a göç ettiler. 1960 yılına kadar Mümtaz Özbilen, tül perde, kumaş, battaniye üzerine tekstil dokuma işleri yaptı. 1960 yılında Avrupa'ya bir fuara giderken uçakta Et ve Balık Kurumu'nda mühendis olarak çalışan Hikmet İska ile tanıştı. İska, seyahatteki sohbetleri esnasında balık ağı dokumasının Türkiye'de yapılmadığını, Et ve Balık Kurumu'nun elinde eski Fransız yapımı iki adet ağ mensucat dokuma tezgahı olduğunu ve bu makinelerin sadece pamuk ipliği ile çalışabildiğini söyledi Özbilen'e. İska ayrıca o dönemde dünyada naylon iplikten balık ağı dokuma döneminin başladığını, bu nedenle o makinelerin atıl kaldığını ve balık ağının yurt dışından ithal edildiğini aktardı.

Ailenin itirazlarını dinlemedi

Özbilen, bu görüşmeden yola çıkarak Türkiye'ye döndüğünde bu konuyu projelendirdi. Ailesine konuyu açtığı zaman pek olumlu bir tepki ile karşılaşmadı, aile o sıralarda bildikleri bir iş olan battaniye ticareti ile uğraşmaktaydı. Özbilen, aileden gelen itirazlara "Bu işletmede 50 kişi çalışsa, aileleri ile birlikte 150 kişi ekme yer, bunun Allah katında sevabı çok büyüktür. Ayrıca belki ben belki görmem ama siz evlat-

Türkiye'nin ilk naylon iplikten balık ağı dokumasını Türkiye'ye getiren Çeşitler Mensucat, bugün yıllık 700 ton üretim kapasitesine sahip. Üçüncü kuşağın yönetimindeki Çeşitler Mensucat, Bulgaristan, Romanya, Yunanistan gibi ülkelere temsilcilikler açarak, ihracata da başlayacak.



larınızı buradan yetiştireceksiniz” diye karşılık verdi ve Çeşitler Mensucat’ı kurdu.

Balıkağı makine imalatının lideri olan Japonya ile irtibata geçti ve üç makine sipariş etti. Sefaköy’de altı dönüm arsa aldı, o zamanlar projesini Japon mühendislerine çizdirdiği fabrika binasının inşaatını tamamlattı ve şirket, hızlı bir yatırım sürecinin ardından faaliyete geçti. 55 yaşında hayata veda eden Özbilen’in ailesine vasiyeti, fabrikanın 10 makineye çıkarılmasıydı. Vefatından sonra şirketi önce beş çocuğu ve eşi devir aldı, zaman içinde diğer kardeşler hisselerini sattı. Mümtaz Özbilen’in eşinin de vefatından sonra şirketin yönetimi, Fevzi ve Yıldırım Özbilen kardeşlere geçti. Şu anda ailenin üçüncü kuşaktan dört üyesi aktif olarak yönetimde. Fatoş Kapusuz, Fevzi Özbilen’in en küçük kızı ve şirketin genel müdürü.



700 ton üretim kapasitesi

Şirket bugün 52 yılı geride bırakmış durumda. Dedelerinin 10 makine vasiyetini dörde katlamak ile kalmayıp, gerek ürün yelpazesi gerekse geniş müşteri portföyleri ile şirketi bugün sektörün liderlerinden biri konumuna getirdiklerini söyleyen Kapusuz, yıllık 700 ton üretim kapasitesine ulaştıklarını belirtiyor. Şirketin yıllık cirosu ise 7 milyon TL. Bulgaristan, Yunanistan, Romanya, Hırvatistan, Karadağ pazarlarına açılma çalışmalarına başladıklarını ifade eden Kapusuz, “Bu bölgelerde temsilcilikler oluşturuyoruz” diyor.

Çeşitler Mensucat, iç pazarda balık avcılığı piyasasının yüzde 30’una sahip. Şirket, 80 kişiye istihdam sağlıyor.

Spor, tarım ve inşaatla kullanılıyor

Ürünlerinde Naylon 6 adı verilen ısıya ve güneşe dayanıklı hammaddenin kullandıklarını belirten Kapusuz, şöyle devam ediyor.

“Son 10 yıldır Ar-Ge yaptığımız çalışmaları yapıyoruz. Spor sektöründe halı sahalarda, kale arkalarında, paint ball ve golf sahalarında, tarım sektöründe; meyve ve sebzeleri kurutma amaçlı, seracılıkta ise mahsulleri şiddetli kar ve doludan koruma amaçlı, stadyumlarda tribün önlerine sahaya yabancı madde atılmasını engelle amaçlı kullanılıyor. Yüksek mukavemetli bir ürünümüz inşaatlarda hem malzeme hem insan düşmesine karşı emniyet amaçlı güvenlik ağı olarak kullanılıyor.”



Yurt dışında temsilcilikler açacak

Son beş yılda şirketin tüm yönetim süreçlerini otomasyona geçirdiklerini, artık en ücra yerde satışa giden çalışanlarının anında stoktan mal satışı yapabildiklerini belirten Kapusuz, önümüzdeki dönemde makina yatırımlarına devam edeceklerini söylüyor. Balık çiftliklerinin kullandığı düğünsüz ağ imalatına ve bu pazara girme aşamasında olduklarını ifade eden Kapusuz, “Bunların yanı sıra iç bünyemizde iş akışının verimliliği arttırmak için RFID sistemini imalatımıza adapte edeceğimiz bir proje geliştirme aşamasındayız. Gerek ürün gamımızı genişletme ve gerekse belli ürünlerde kapasite artırımı için bunu gerekli görüyoruz” diyor. Kapusuz, ayrıca yurt dışı pazarlarındaki çalışmalarını ilerleterek verimli gördükleri bölgelerde satış temsilcilikleri açmaya devam edeceklerini de sözlerine ekliyor.

Kadına pozitif ayrımcılık

Çeşitler Mensucat, bir aile şirketi ancak yönetim kadrosunda profesyonel yöneticiler de mevcut. Çalışanların her önemli kararda fikri alınıyor ve yönetim kararları bu görüşler doğrultusunda kurgulanıyor. Yönetimin üçüncü kuşak olmasının yanı sıra çalışanlar arasında da üçüncü kuşak çalışanlar var.

Balık avcılığının erkek egemen bir sektör olması nedeni ile kadın girişimcilerin, işin hep geri planında kaldığına dikkat çeken Fatoş Kapusuz, zamanla bu konuda da değişim olduğunu ifade ediyor. Çalışan ekibin yüzde 70’inin kadınlardan oluştuğunu belirten Kapusuz, “Aynı zamanda dışarıda da kadınlara istihdam yaratılmasını sağlayan sosyal sorumluluk projelerinde aktif rol oynuyoruz. Geçmişte cezaevindeki kadınlara istihdam yaratmak için “ağ dikme” projemizi gerçekleştirdik. Ayrıca yıllardır İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi öğrencilerine belirli aralıklarla fabrikamızda eğitim de veriyoruz” diyor.



Masaj koltuğuyla yurt dışına açılacak

Masaj koltuğunu Türkiye ile tanıştıran Cellini Masaj Koltukları dünyaya açılıyor. Ticari kullanımın yanı sıra ev tipi kullanımda da hizmet sağlayan marka, iç pazardan sonra dış pazara da taşınmayı hedefliyor. Viyana'ya açtığı mağaza ile bu hedefin ilk adımını gerçekleştiren Cellini, 54 model ve 16 farklı renk seçeneğiyle Avrupa'da da müşterini potansiyelini çoğaltmak için yeni yatırımlar yapacak. Ev tipi koltukların yüzde 75'i ve ticari koltukların yüzde 25'ini kapsayan pazar payını büyütmeyi hedefleyen Cellini, masaj koltuğu pazarına da hareket getirmeyi amaçlıyor. Marka, yurt içinde de büyüyerek, AVM'lerde mağazalaşacak.

Türkiye'ye ilk masaj koltuğunu getiren Cellini, 1996 yılında İbrahim Erim tarafından hayata geçirilen bir girişim. Daha sonra Gökhan Güvener'in de şirkete katılmasıyla şirket hızlı bir büyüme sürecine girdi. Şirketin kuruluş öyküsü ise şöyle:

Tüm dünyada masaj koltuklarının tedavi amaçlı kullanımının oldukça yaygınlaştığı yıllarda, Türkiye'de henüz masaj koltuğu diye bir sektörün varlığından bahsetmenin ise mümkün olmadığı zamanlardı. Cellini Masaj Koltukları'nın temeli işte böyle bir zamanda atıldı. İbrahim Erim, Türkiye'deki insanların masajı seveceğine inanarak 1996 yılında Cellini Masaj Koltukları ile Türkiye'yi tanıştırdı.

Franchising verecek

Türkiye'de dokuz farklı üretici firmayla çalıştıklarını söyleyen Gökhan Güvener, bu konuda dünyanın en büyük üreticileri ile fason olarak ça-

Türkiye'ye ilk masaj koltuğunu getiren Cellini, yurt dışına açılıyor. İlk mağazasını Viyana'ya açan şirket, Belçika, Hollanda ve İngiltere'ye de mağazalaşmayı, yurt içinde ise franchising vererek büyümeyi hedefliyor.



alıştıklarını belirtiyor. Şirket bugün yaklaşık 20 kişiye istihdam sağlıyor. Türkiye'de 3'ü İstanbul'da olmak üzere, Ankara, İzmir, Afyon illerinde toplam altı mağazası bulunuyor.

Masaj koltuğu başta olmak üzere tüm ürün çeşitlerinde daha gelişmiş tasarımlar ekleyerek, hizmeti müşteriye en hızlı şekilde ulaştırmayı öncelikli hedef olarak belirlediklerini ifade eden Güvener, yeni satış noktaları ve franchise ortaklıkları ile büyümeyi hedeflediklerini kaydediyor. Güvener, "Alışveriş merkezleri ile görüşmelerimiz sürüyor. 2013 yılında hedeflediğimiz alışveriş merkezleri içerisinde bulunarak mağaza sayımızı artırmayı planlıyoruz" diyor.

Avrupa'da mağazalaşacak

Cellini, Viyana'ya da bir franchising vermiş. Avrupa'daki ilk yatırımlarının Viyana ile başladığını bundan sonraki süreçte ise Belçika, Hollanda ve İngiltere'ye mağaza açmayı planladıklarını belirten Güvener, "Buradaki yatırımın başarısı uzun zamandır bizimle temasta olan diğer ülkelerdeki yatırımcıları da cesaretlendirdi. Bu yıl diğer Avrupa ülkelerine de ulaşmak planlarımız arasında" şeklinde konuşuyor.

Aynı zamanda Afrika ve Ortadoğu pazarlarıyla da ilgilendiklerini belirten Güvener, özellikle son bir yıl içerisinde Irak'tan talep aldıklarını, ülkede yeni yapılacak AVM'lerde mağaza açabileceklerini sözlerine ekliyor.

Güvener, iç pazara yönelik yatırım planlarını ise şöyle anlatıyor: "Bu yıl iki AVM'de daha olmayı planlıyoruz.

Muhtemelen Antalya, İzmir veya İstanbul Anadolu yakasındaki bir AVM'de olma planımız var. Yatırımlarımızı daha da hızlandırabiliriz ancak yetişmiş eleman sınırsız sektörümüzün başlıca problemlerinden. Kendi elemanlarımızı kendimiz yetiştiriyoruz."



GÖKHAN GÜVENER

“Türkiye’de pazar potansiyeli yüksek”

Ev tipi koltukların yüzde 75’i ve ticari koltukların yüzde 25’ini kapsayan pazar paylarının bulunduğunu belirten Gökhan Güvener, Türkiye’de, yılda yaklaşık bin 500 adet ev tipi koltuk satıldığını aktarıyor. Bu pazarın potansiyelinin çok daha yüksek olduğuna dikkat çeken Güvener, şöyle devam ediyor:

“Japonya’da 100 evin 25’inde masaj koltuğu bulunuyor. Hatta bazı evlerde iki adet koltuk var, kadın ve erkek farklı koltuklar kullanıyor. Bizim kültürümüzde de masajın yeri farklı fakat kişiler masaj koltuklarının bu denli iyi masaj yapabildiklerinin farkında olmadıklarından pazar bu kadar düşük. Pazar genişledikçe fiyatlar da aşağı düşecek ve daha fazla kişi koltuk sahibi olacak.”

Vücudu tanıyan koltuk

Ürün gamında toplam 54 modelinin bulunduğunu belirten Gökhan Güvener, farklı ihtiyaçlara hitap eden birçok masaj koltuğu ve yataklarının olduğunu söylüyor. Masaj koltuklarında vücut tanıma özelliği bulunuyor. Bu özellik sayesinde otomatik olarak oturan kişinin vücuduna uyum sağlanabiliyor. Farklı koltuklarda da farklı ihtiyaçlara yönelik özellikler bulunuyor. Örneğin, üst bacak bölgesine masaj yapabilen ilk ve tek koltuğu da kendilerinin getirdiğine dikkat çeken Güvener, oturma ya da kalkma zorluğu çeken kullanıcılara uygun koltuğu da yine ilk kez getirdiklerini ifade ediyor. Esneme teknolojisine sahip koltuklar sayesinde ayak bölümünü sıkıştırıp aşağı doğru çekerken, sırt kısmını da geriye doğru yatırarak tam bir esnetme, gerdirme sağlanıyor. Güvener, “Çin, Thai ve Japon masaj tekniklerini uygulayan koltuklarımız var. S masajı teknolojisine sahip koltuklarımız da bel ile boyun arasındaki kıvrımlı bölgeye homojen masaj yapılmasını sağlanabiliyor. Müzikli masaj koltuklarımız ile de masajı tam bir keyfe çeviriyoruz” diyor.





ERA gayrimenkul yeni danışmanlar arıyor

Türkiye'de son iki yıldır 400 binin üzerinde konut satışı gerçekleşiyor. 2013 yılında ise konut talebinde sınırlı artış beklentisi sözkonusu. Ancak faiz oranlarında düşüşün ardından kredi talebindeki artış, yabancılara konut satışı düzenlemesinin de etkisi ile talepte yükselme bekleniyor.

Ofis yatırımları, yeni ofis arzlarının sürmesi ve ikinci el konut satışlarında da hareketlilik olması özellikle gayrimenkul danışmanlarının işini artıracak. İşte böyle bir ortamda yabancı bir marka daha Türkiye'ye giriş yaptı; Amerikan Realty şirketinin markalarından biri olan ERA. Marka, yurt dışından bir marka getirmek için uzun süredir araştırma yapan Can Ekşioğlu'nun girişimi ile Türkiye'ye geldi.

Neden ERA?

Türkiye'de konutların yüzde 70'inin doğrudan sahibinden satıldığını ve nitelikli gayrimenkul danışmanlığı hizmetlerine talebin arttığını söyleyen Ekşioğlu, bu nedenle gayrimenkul danışmanlığı işine girdiğinin altını çiziyor. "Gayrimenkul geliştirme alanında ulusal ve uluslararası pazarda tecrübe edinmiş bir kişi olarak, yeni bir soluğa, yeni bir döneme, kaliteyi ve yenilikçiliği hizmetin odağına yerleştiren bir değişime ihtiyaç olduğunu gözlemledim" diyen Ekşioğlu, gayrimenkul danışmanlığı markaları arasında ERA'yı neden seçtiğini ise şöyle anlatıyor:

"Marka Türkiye'ye uygundu. İsmi kolay söylenilebilir. Türkiye'nin her yerinde uygulanabilirliği var. Logosu ve renkleri de bize uygundu. Dünyadaki konumu da beni etkiledi."

ERA Türkiye'nin, Türk gayrimenkul danışmanlığı hizmetleri sektöründe yeni bir çağın, hizmet ve kalite odaklı bir değişimin başlangıcını

Dünyanın lider gayrimenkul danışmanlık şirketlerinden ERA, Can Ekşioğlu'nun girişimi ile Türkiye'de faaliyete geçti. ERA Türkiye, başta İstanbul olmak üzere, ülke genelinde gayrimenkul danışmanlığı ve hizmetleri konusunda bayilikler vererek, franchise sistemiyle büyüyecek. Şirket 2013'te 30, beş yıl sonra ise 200 franchise'a ulaşmayı hedefliyor.



sunduğunu anlatan Ekşioğlu, ERA'nın dünya çapında bilinirliğe sahip 3 bini aşkın ofisi, 38 binden fazla broker ve gayrimenkul danışmanı ile hizmet veren küresel bir marka olduğunu da hatırlatıyor.

Önce İstanbul

ERA Türkiye'nin, başta İstanbul olmak üzere, ülke genelinde gayrimenkul danışmanlığı ve hizmetleri konusunda franchise sistemi ile büyüyeceğini söyleyen Ekşioğlu, ERA'nın yenilik ve hizmetlerini, bayilikler üzerinden kademeli olarak pazara sunacaklarının altını çiziyor. 2013 yılı sonu itibarıyla 30 girişimciye franchise verileceğini söyleyen Ekşioğlu, beş yıl içinde bu sayının 200'e çıkmasını hedeflediklerinin de üzerinde duruyor.

ERA Türkiye'nin kurulmasıyla birçok talep alınmış. Özellikle büyükşehirlerin yanında Anadolu'dan da talep alındığını dile getiren Ekşioğlu, hali hazırda emlak ofisi sahibi olan girişimcilerin de ilgisıyla karşılaştıklarını ifade ediyor. Önümüzdeki günlerde halka açık seminerler verileceğinden bahseden Ekşioğlu, bu yolla emlakçılık yapmak isteyenlere bu işin nasıl yapılabileceğini anlatacaklarını söylüyor.

Kendi markalarının temsilcisi olacak gayrimenkul danışmanlarının zaman içinde uzmanlaşabileceklerini ifade eden Ekşioğlu, özellikle ticari konut, hukuk, gayrimenkul değerlendirme gibi alanlarda zaman içinde uzmanlaşmaya gidilebileceğini de anlatıyor. Bu doğrultuda ERA Türkiye de zamanla verdiği hizmetleri çeşitlendirecek. Yani ilerleyen zamanda şirket proje pazarlamadan değerlendirmeye kadar daha pek çok hizmet verebilecek.



Franchise bedeli 15 bin dolar

ERA'nın tüm pazarlarında lansman dönemi fiyat uygulaması söz konusu. İlk altı aylık dönemde İstanbul için franchise bedeli uygulamasının 15 bin dolar olduğunu söyleyen Ekşioğlu, işlem bedellerinden yüzde 6 aldıklarını, yüzde ikinin de tanıtım fonuna gittiğini ekliyor. Fiyat avantajının yanında kişilerin kendi bölgelerini seçebilme avantajı da sözkonusu. Bir başka avantajı ise Ekşioğlu şöyle anlatıyor:

"Bayilerimiz öncelikle, portföylerindeki gayrimenkulleri ERA'nın uluslararası tüm ofislerinde de pazarlama imkanına sahip olacaklar. Özellikle Avrupa ve Ortadoğu'daki yaklaşık hemen her ülkede var olan ofisler, Türkiye'deki bayilere gerekli her türlü desteği sağlayacak."

CAN EKŞİOĞLU

Şirketin dördüncü markası da geldi

ERA, ABD'de kurulmuş Realogy şirketinin markalarından. Bu şirketin gayrimenkul danışmanlığı alanında faaliyet gösteren Century 21, Coldwell Banker, Sotheby's olmak üzere üç markası hali hazırda Türkiye'de. Dördüncü markası da 2012 sonu itibarıyla Türkiye'ye gelmiş oldu. Durgunluğun olduğu ve konutta arz fazlasının bulunduğu bir dönemde Türkiye'ye gayrimenkul danışmanlığı markası getirmek avantaj mı, dezavantaj mı? Bu soruyu Can Ekşioğlu'na sorduk. Ekşioğlu sorumuzu şöyle yanıtlıyor:

"Durgunluk ve arz fazlası bizim için avantaj aslında. Çünkü bizim verdiğimiz hizmete ihtiyaç duyulacağı anlamına geliyor. Yabancılara satışın söz konusu olacağı bu dönemde pazarlama ve satışa dönük faaliyetlerine daha çok asılacaktır yatırımcılar. İkinci el satışlar da büyük potansiyel oluşturacaktır bizim için."



Dengeli beslenmeyi yurt dışında da öğretecek

2008 yılından beri sağlıklı ve dengeli beslenmek isteyenler için kişiye özel beslenme programları sunan MFB, Ekim 2012'de uzmanlığını franchising yoluyla Azerbaycan'a taşıdı. Türkiye'den bir diyet sistemini ihracat eden ilk firma olduklarını belirten MFB ortaklarından Joyce Israel, "2013'te önceliğimiz yurt içinde büyümek ama 2013-2014 yılında Birleşik Arap Emirlikleri, KKTC'ye franchise vermeyi de planlanıyoruz" diyor.



Günümüzde bilinçli birçok insan hayatlarında değişiklik yaparak kendilerinin ve ailelerinin sağlığı açısından olumlu adımlar atmaya deniyor. Ancak gerek aldıkları binlerce tavsiye, gerekse uygulanması neredeyse imkansız formüller nedeni ile bu çabaları uzun vadeli ve kalıcı sonuç veremiyor. 2008 yılından beri faaliyet gösteren MFB ise, bu sorunla karşılaşanlara bünyesindeki beslenme uzmanlarının hazırladığı kişiye özel, yaşam tarzına uygun ve ihtiyaçlarını karşılayan menüleriyle çözüm sunuyor. Şefler MFB'nin endüstriyel mutfağında bu menüleri hiçbir katkı maddesi, raf ömrü uzatıcı kullanmadan tamamen doğal malzemeler ile hazırlıyor.

Yüz yüze diyetisyen hizmeti

MFB sağlıklı beslenme sistemine dahil olanların paketlenen yiyecekleri taze ve günlük olarak adreslerine teslim ediliyor. Ayrıca sisteme katılan herkes, bedelsiz olarak yüz yüze diyetisyen hizmeti de alıyor. Sağlıklı beslenerek kilo vermek isteyenlere uygun 12 farklı sağlıklı yemek paketi alternatifini sunan MFB sayesinde, alışveriş, planlama, pişirme derdi ortadan kalkıyor.

Mutfak personelinden beslenme ve diyet uzmanlarına kadar oluşan 18 kişilik bir ekiple hizmet veren MFB'nin üyelerinin adreslerinde günde 5 bin 700 paketlenmiş yiyecek servisi yaptıklarını, 2013'te ise bu rakamı 8 bine çıkarmayı hedeflediklerini söyleyen MFB ortaklarından Joyce Israel, "Geçen yıl bayilik çalışmalarımıza başladık. Ekim 2012'de Bakü şubemiz açıldı. Böylece ülkemizde ilk kez bir diyet sistemi ve bu konuda know how ihracat eden firma olduk" diyor.



Sistem Azerbaycan'da da aynı şekilde işliyor. Menüler Türkiye'de oluşturuluyor, yemekler Azerbaycan'da hazırlanıyor ve haftanın yedi günü oradaki müşterilerin kapılarına kadar ulaştırılıyor. Israel, Azerbaycan'da başlatılan yurt

dışı franchising sistemine 2013-2014 yılında Birleşik Arap Emirlikleri, KKTC ile devam etmeyi planlandıklarını ancak 2013'te öncelikli hedeflerinin yurt içinde büyümek olduğunu altını çiziyor.

Franchise ile büyüyecek

MFB bugün itibarıyla İstanbul ve Bakü'de hizmet veriyor. İzmir, Ankara, Eskişehir, Adana ve Bursa illerinde franchise verilmesinin 2013-2014 yılları programlarında yer aldığını belirten İsrail, franchise modelinin temelde MFB sistemi ve know-how'ını içerdiğini söylüyor. Makine, ekipmanların oluşturulması, personel alımı için

rak franchise'a teslim edilmekte hem franchise üyelerinin formlarının değerlendirilmesi, paket tayini ve kilo takibi İstanbul'da merkezde yapılıyor. MFB franchise'ı için en az 100 metrekare mutfak ile 75 metrekare ofis alanı gerekli."

Bunun dışında franchise'ın gıda veya sağlık sektöründe deneyimli olması özellikle aranan koşullar. Franchise bedeli 300 bin TL. Ayrıca yıllık cirodan kentin büyüklüğüne yüzde 5 - 10 arasında değişen pay alınıyor.

Sisteme giriş aşamaları

Sağlıklı beslenerek kilo vermek ve yemek yeme alışkanlıklarını değiştirmek isteyen kişiler

MFB'ye büyük oranda internet sitesinden ya da telefonla başvuruyor. Program danışmanları genel sağlık durumu, yaşam ve yeme alışkanlıkları ile ilgili kısa bilgi aldıktan sonra 'MFB Kişisel Profil Formu'nu kendilerine iletiyor. Bu form, kişinin daha iyi tanınmasını sağlarken yaşam tarzı ve beslenme tercihleri ile ilgili de bilgiler veriyor. Menüsü tamamen bu doğrultularda kişiye özel olarak oluşturuluyor. MFB'nin sağlıklı beslenme konusuna bir yemek fabrikası mantığıyla yaklaşmayı doğru bulmadığını söyleyen İsrail, sonraki aşamaları ise şöyle sıralıyor:

"MFB mutfağında hijyenik koşullarda hazırlanan yiyecekler, geri dönüşümlü kaplarla paketlenip soğutuluyor. Yemek kapları ve kutular içindekiler dökülmeden her yere taşınabilecek şekilde tasarlandı. Yemekler teker teker paketlenip bilgilendirme etiketleri yapıştırıldıktan sonra çok şık, kolay taşınabilen özel MFB kutularına koyuluyor ve verilen ev ya da işyeri adresine taze ve günlük olarak teslim ediliyor. Paketlerin fiyatları, alınan öğün sayısına ve seçilen pakete göre 25 - 60 TL arasında değişiyor."

İş'te paketleri var

MFB sağlıklı beslenme programına yeni başlayan herkese ilk paketleri ile birlikte, pratik öneriler sunan ve programı daha iyi tanımalarına yardımcı olacak MFB Bilgi Kitapçığı'nı ve hafta boyunca hangi MFB lezzetlerini tadacaklarını gösteren menü bilgisini gönderiliyor. Ayrıca, MFB program danışmanı her hafta arayarak üyenin gelişimini takip ediyor. Bunun yanı sıra kişiler, gerek kilo takiplerini yapmak gerekse MFB beslenme uzmanları ile görüşmek için MFB'ye gelebiliyor. Üç yılda MFB'nin ulaştığı kişi sayısının 4 bin kişinin üzerinde olduğunu söyleyen İsrail, şöyle devam ediyor:

"MFB'nin özellikle iş insanları için tasarladığı 'MFB İş'te paketinden yıllardır düzenli olarak yararlanan birçok iş insanı ve sanatçı var. Bilgili Holding yöneticileri, Jolly Tur Yönetim Kurulu Başkanı Mete Vardar, Rifat Saban Hukuk Bürosu yöneticileri, sanatçı Seray Sever ve Songül Öden bunlar arasında yer alıyor. Cemiyet hayatından ise Begüm Şen, Aslı Ekşioğlu, Raquel Habib örnek olarak verilebilir. Yoğun tempoda çalışan insanlara yurt içi ya da yurt dışı seyahatlerinde de bilgi anlamında destek oluyoruz. Gittikleri ülkelerde beslenmeleri konusunda önerilerde bulunuyoruz."



JOYCE İSRAEL - LINDA GÜNYÜZ

1 günde 90 çeşit yemek

MFB sağlıklı beslenme programına uygun imalat yapmak üzere tasarlanmış endüstriyel mutfağında, MFB sistemi ve diyet yemek pişirme teknikleri konusunda özel eğitim almış, tecrübeli personelle 1 gün içerisinde 12 ayrı beslenme grubuna yönelik 90'a yakın farklı çeşitte yemek yapılıyor. Bir yıl içerisinde mevsimlere göre farklılık gösteren 5 binden fazla farklı çeşitte yemek hazırlanıyor.

değerlendirme kriterleri gibi konularda da açılış öncesinde franchise'a destek verildiğini ifade eden İsrail, şu bilgileri veriyor:

"Açılıştan sonra ise hem menülerin tümü İstanbul merkezde hazırlanmakta ve haftalık ola-



Yoyo, araçları Hindistan ve İspanya'yla paylaşacak

Araç paylaşımı (car sharing) modelinin Türkiye'deki ilk uygulaması olan Yoyo, yurt dışına açılmaya hazırlanıyor. Yoyo'nun kurucularından Berkman Çavuşoğlu, Hindistan ve İspanya pazarına girmek için yerel ortaklarla görüşmelerini söylüyor.

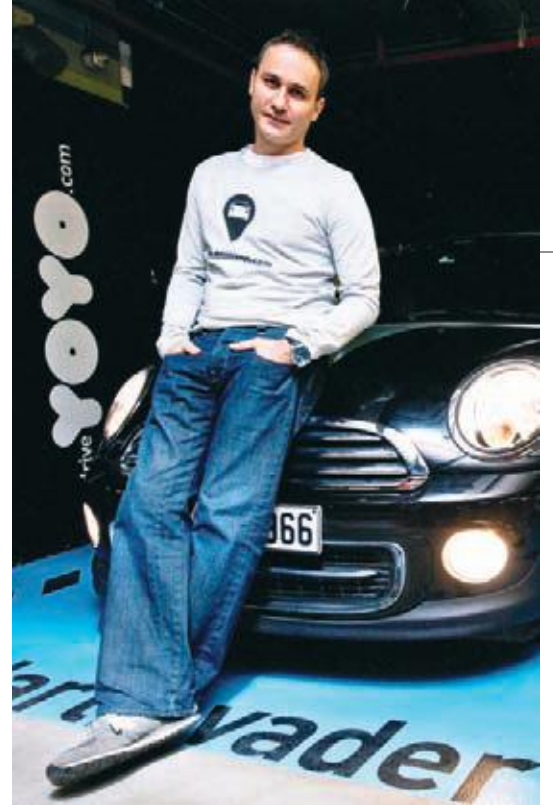
Dünyayı kasıp kavuran küresel krizin ardından son birkaç yıldır sık sık dile getirilen yeni bir kavram var: Paylaşım ekonomisi. Yeni nesil artık bir ürüne sahip olmak yerine onu diğer insanlarla paylaşmayı tercih ediyor. Bu trend yeni iş alanlarının doğmasına öncülük ediyor. Dünyada hızla yayılan 'araç paylaşımı' (Car Sharing) iş modeli de bu trendin bir parçası. Üstelik son derece hızlı büyüyen bir pazar.

Araştırma şirketi Frost&Sullivan'ın rakamlarına göre 2011 sonunda Avrupa'da 700 bin araç paylaşım abonesi bulunuyordu. Bu 2008'e göre iki kat bir büyüme anlamına geliyor. En ilginç verilerin ise 2020 büyüme tahminlerinde saklı olduğunu söyleyen Yoyo Yönetici Ortağı Berkman Çavuşoğlu, 2020 yılında 15 milyon kişinin Avrupa'da araç paylaşım aboneliği olacağını söylüyor.

Filo büyüyor

2011 sonunda araç paylaşımı için çalışan 21 bin araçlık bir filo bulunuyordu. 2020 yılında ise bu rakamın 240 bine ulaşması bekleniyor. Araç paylaşım pazarının büyüklüğünün 2016'da Amerika'da 3.3 milyar dolara, Avrupa'da ise 2.6 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Pazarın büyümesinin arkasındaki önemli sebeplerden bir diğeri de sistemin trafik sorununun çözümüne katkıda bulunması ve ekonomik olması. Araç paylaşım için kullanılan her araba trafikten 15 aracı elimine ediyor. Dünyadaki ortalamalara göre araba sahiplerinin büyük bir çoğunluğu arabalarını günde sadece 1 saat kullanıyor. Arabalar günün 23 saati park halinde. Bu sistemde ise kullandığın kadar ödediğini söylüyor Berkman Çavuşoğlu ve devam ediyor:



"Sistemin tercih edilmesinin ikinci sebebi ise teknolojinin verdiği pratiklik. Bir kez kartı aldıktan sonra her şeyin otomatik olarak ilerliyor. Hiçbir bürokratik işlem bulunmuyor. Yapılan araştırmalara göre bu sistem sayesinde Amerika'da araba sahiplerinin yüzde 20'si, Avrupa'da ise yüzde 24'ü arabasını sattı."

30 lokasyona, 75 araca ulaşacak

Sistemin avantajlarını ve büyüme potansi-



yelini gören Berkman Çavuşoğlu, Yoyo markasıyla kısa bir süre önce bu sistemi Türkiye'ye getirdi. Kullanıcılarına diledikleri zaman aralıklarında, ihtiyaçları kadar sürelerde araç kiralama imkanı sunan Yoyo'nun sistemi üyelik üzerine kuruldu. Yıllık 69 TL verip üye olunuyor. Yoyo'nun 21 lokasyonda 54 aracı var. Size verilen bir üyelik kartıyla şehrin farklı lokasyonlarında park halinde bekleyen araçları self-servis olarak açıp, dilediğiniz kadar kullanıyor ve işiniz bitince tekrar yerine getirip kapılarını kartınızla kapatıp gidiyorsunuz. Hiç bir prosedür ile zaman kaybedip uğraşmaya gerek kalmıyor. Çavuşoğlu, sistemin yüksek araç bedelleri, park yeri ve ücreti, vergiler, kasko ücretleri ve kullanım maliyetlerin-



50 kuruş ödemek gerekiyor.

Sekiz ay gibi bir sürede Yoyo kullanıcıları 61 bin saatte, yaklaşık 400 bin kilometre yol katetti. Yoyo, şubat başı gibi 30 lokasyona ve 75 araca ulaşarak bu rakamı daha da yukarılara çıkaracak. Şimdilik İstanbul dışına çıkma planı yok şirketin. Çavuşoğlu, öncelikle İstanbul'da alt yapı-



yı oturtmak istediklerini söylüyor. Önümüzdeki bir yılda İstanbul'da 300 araçlık bir filoaya ulaşmayı hedefliyor Yoyo. Çavuşoğlu, hizmet kalitesini en üst düzeyde tutmak için büyüme konusunda acele etmediklerini söylüyor.

Yazılım için KOSGEB'ten destek aldı

Yoyo'nun kullandığı tüm yazılım Yoyo eki-bi tarafından geliştirildi. Sadece ilk aşamada araç takip sistemi hizmetini dışarıdan alan şirket, KOSGEB'den (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) destek alarak araç takip sistemini de kendisi geliştirmeyi başardı. Hatta bu sistemleri yurtdışına ihraç etmeyi düşündüklerini söyleyen Çavuşoğlu şöyle devam ediyor: "Avustralya'yla görüşmelerimiz var. Ayrıca tüm Yoyo sistemini de yurtdışına açmayı planlıyoruz. İspanya ve Hindistan'la görüşmelerimiz var. Bu iş ülke dinamiğini iyi bilen bir ortakla yapmak gerekli."

Yoyo'nun iş modelini otomobil markalarının da kendi reklamlarını yapacakları bir mecra olduğunu söyleyen Çavuşoğlu, "Mesela şirketler yeni modellerini tanıtmak için arabalarını AVM'lerin önüne koyuyorlar. Biz ise hem tüketicinin ulaşabileceği noktalara arabaları koyuyoruz hem de denemelerini sağlıyoruz" diyor.

Citroen örneği

Ayrıca abonelere anket göndererek araçla ilgili deneyimlerini öğrenebiliyor şirket. Örneğin Citroen, pazara yeni lanse ettiği son model DS3 ve DS4 araçlar için bir tanıtım ve pazarlama yöntemi olarak, pazarlama tanıtım bütçesinden pay ayırarak Yoyo ile işbirliği yaptı. Bu akımı 2013 yılında Peugeot RCZ ve 208 GTI, Renault ise Clio Sport modelleri ile izleyecek. Çavuşoğlu ve ortaklarının planları bununla sınırlı değil. Önümüzdeki yıl bireylerin kendi arabalarını kiralayabilecekleri bir platform oluşturmayı hedefliyor ortaklar. Çavuşoğlu, sistemin üzerinde çalışma aşamasında olduklarını henüz ayrıntılı bilgi vermek için erken olduğunu söylüyor.



den bunalanlar için ideal olduğunu söylüyor.

Yoyo'da son model BMW 1 serisi ve Mini Cooper'lar var. Ücretler araca göre değişiyor. Örneğin Mini Cooper'ın bir saati için 10 TL, günlük kiralama için 90 TL ödemek gerekiyor. Akşam 18.00 sabah 9.00 arasında kullanmanın ücreti ise 55 TL. Aracın modeline göre fiyatlar saatlik kiralamalarda 15-20 TL, günlük kiralamalarda 120-140 TL'ye yükseliyor. Taşımatik bulunan arabalarda mesafe ücreti alınıyor. Her kilometre için

BERKMAN ÇAVUŞOĞLU

Vale hizmeti veriyor

Araç paylaşım iş modelinin en önemli darboğazı arabayı aldığı yere geri getirme zorunluluğu. Yoyo, bunun önüne geçmek için vale hizmeti vermeye başladı. Arabayı müşterinin istediği noktaya getirebildiklerini ve oradan alabildiklerini belirten Çavuşoğlu, sözlerine şu şekilde devam ediyor: "Ancak vale hizmetini kendi içimizde yapmıyoruz. Vale servisi yapan Motovale'yle anlaştık. Elbette bu hizmet için ekstra ücret vermek gerekiyor. Vale hizmeti mesafeye göre 25-70 TL arasında ücretlendiriliyor."





Solotrans rotayı Afrika'ya çevirdi

Ekonomik krizin patlak verdiği 2008 yılının son çeyreğinde kadın girişimci Aylin Özgiray tarafından kurulan Solotrans, 2012 yılında birçok rakibinin aksine büyümeye devam etti. Taşımacılık alanının yanında müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda danışmanlık hizmeti sunan şirket, 2013 yılında niş alanlara yatırım yapmaya hazırlanırken, Doğu Afrika pazarına ve Türk Cumhuriyetleri'ne transit taşımacılık alanında önemli atılımlar yapmak için kolları sıvadı.

Erkek egemen bir yapıya olduğu bilinen nakliye sektöründe kadın girişimci Aylin Özgiray tarafından kurulan Solotrans, müşterilerine butik çözümler sunan bir nakliye şirketi olarak sektöründe ayrımsayısıyla dikkat çekiyor. Ekonomik krizin en yoğun olarak hissedildiği 2008 son çeyreğinde kurulan şirket, 2012'de büyümesine devam ederken, 2013 yılında da Doğu Afrika pazarına ve Türk Cumhuriyetleri'ne transit taşımacılık alanında yatırım yapmaya hazırlanıyor.

Kara, hava ve ağırlıklı olarak deniz taşımacı-

lığı alanlarında ve transit ticaret yapan şirketler için multimodel taşımacılık konularında faaliyet gösterdiklerini belirten Solotrans Kurucusu Aylin Özgiray, pazarlama stratejilerinin sürekli yeni müşteriler bulmak yerine var olan müşterilerine sağladıkları kaliteli servisi sürdürmek olduğunu belirtiyor.

Krizde kuruldu

Geçmişte uluslararası taşımacılık yapan şirketlerde profesyonel yönetici olarak çalıştığını belirten Solotrans'ın kurucusu Aylin Özgiray, 2008'in son çeyreğinde başlayan global ekonomik krizinin bir sonucu olarak nakliye sektöründeki daralma, birleşme ve satın almaların olduğu bir ortamda Solotrans'ı kurduğunu belirtiyor. Hem nakliye tecrübelerinden yararlanan hem de 'her kriz bir fırsattır' düşüncesiyle yola çıkan Aylin Özgiray, 2009 yılında kurduğu Solotrans'la uluslararası alanda kara, deniz ve hava taşımacılığı yanında müşterilerimizin lojistik ihtiyaçlarına bağlı olarak proje ve multimodel taşımacılık organizasyonları gerçekleştirdiklerini dile getiriyor.

2012'de büyüdü

Geçtiğimiz yıl nakliye pazarı az da olsa daralma yaşadı ve kâr marjları nispeten düşük geldi. Solotrans Kurucusu Aylin Özgiray, şirket olarak zamanında aldıkları tedbirlerle bu daralmadan fazla etkilenmediklerini belirtiyor: "Solotrans olarak butik tarzda bir nakliyat gerçekleştiriyoruz. 2012 yılında pazarda bir miktar daralma olsa bile aldığımız tedbirlerle geçmiş yıllara oranla az da olsa bir miktar büyüme bile gösterdik" diyor Özgiray, geçen yıl 1 milyon dolara yakın bir ciro rakamı elde ettiklerini belirtiyor.

Niş bir alanda hizmet veren şirket, 2013 yılında mevcut iş hacmini artırıcı girişimlerde bulunmaya da hazırlanıyor. "Yurt dışı ve yurt içi bağlantılarımız sayesinde Afrika pazarı gibi potansiyel bir pazarda büyümeyi hedefliyoruz. Yine Dubai ve İran üzerinden transit aktarma organizasyonumuzla Türk Cumhuriyetleri'ne olan taşımalarımızı çeşitlendireceğiz" diyor Aylin Özgiray, böylelikle bu yıl da pazar paylarını artıracaklarının altını çiziyor.

Arap Baharı'ndan etkilenmedi

Suriye olayları ve Arap Baharı'nın bazı nakliyat şirketlerinin işlerini negatif anlamda etkilediği bilinen bir gerçek. Özgiray ise kendi işlerinin daha çok Uzakdoğu ve Türk Cumhuriyetleri coğrafyasında yoğunlaştığı için bu krizden etkilenmediklerini söylüyor.

Solotrans olarak sınırlı kaynaklarını yazılım ve insan kaynakları için kullandıklarını, bunun yanında yurt dışından ortak yatırım veya yabancı yatırımları yönetim teklifleri aldıklarını belirten Aylin Özgiray, bu tekliflerden bazılarını kârlı bulmadıkları için geri çevirdiklerini kaydediyor. "Güney Afrika veya Kenya, Tanzanya üzerinden Doğu Afrika pazarına ve Dubai bağlantılı İran üzerinden Türk Cumhuriyetleri'ne transit taşımacılık gibi niş pazarlara yatırım yapmayı planlıyoruz" diyor Özgiray, var olan çekirdek kadro ile de yollarını devam edeceklerini belirtiyor. Şirketin 2013'te yeni istihdam girişimleri ise proje bazında veya dış kaynak (out sourcing) olarak kendini gösterecek.

Butik tarzda nakliyat

Nakliyat sektörünün yoğun olarak erkek

egemen bir yapıya sahip olduğu bilinir. Bu alanda bir kadın girişimci olarak herhangi bir zorlukla karşılaşmadığını kaydeden Özgiray, işlerinin iletişim üzerine kurulu olduğunu hatırlatıyor. “Müşteri ile kurduğunuz iletişim sizin bir yerde kurumsal kimliğinizi belirliyor. Onlarla kurduğunuz iletişim sonucunda bu şirketlerin sizi yönlendirdiği ya da

sizi önerdiği başka şirketler de oluyor. O yüzden kadın ya da erkek olarak değil, iyi bir iletişimci olarak sektörde devamlılığımızın olacağını düşünüyorum” diyen Özgiray, Solotrans olarak bu yapıyı kurduklarını belirtiyor.

Solotrans'ı sektörde farklı bir yere koyan noktaya ise herhangi bir yan kuruluş ya da ana çatı al-

tında yer almaması... “Büyük montanlı nakliye şirketleri gibi değil. Yani herhangi bir üst çatımız yok ve butik bir yapıya sahibiz. Dolayısıyla bu da bizi sektörde farklılaştırıyor” diyen Özgiray, kendilerini müşterilerinin iş ortağı olarak konumlandığını anlatıyor.

Kaliteli hizmet anlayışı

Solotrans olarak kara, hava ve ağırlıklı olarak deniz taşımacılığı alanlarında veya transit ticaret yapan müşteriler için multimodal taşımacılık konularında faaliyet gösteriyor. Ancak aynı zamanda müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda danışmanlık hizmeti de sunan şirket, burada kendisini müşterinin gerçek ihtiyacını belirlemek ve sunduğu hizmetin devamlılığından ve kalitesinden ödün vermemek noktasına konumlanıyor.

Şirket pazarlama stratejisini ise sürekli yeni müşteri bulmak değil, var olan portföyüne sağladıkları kaliteli servisi sürdürürken referans yoluyla ve direk bizim servisimizi tercih edecek müşterilere odaklanmak olarak belirlerken, 2013 yılında da geçen yıl olduğu gibi bu doğrultuda yol almaya hazırlanıyor.

AYLİN ÖZGIRAY

Müşteriyle bire bir iletişim

Müşteriye değer vererek müşterinin kendisini özel hissetmesinin aslında şirketin hedefi olduğunun altını çizerken, gelişen ve çok rekabetçi olan kendi alanlarında gerçek anlamda müşteriye özel butik servisi başardıklarını belirtiyor. “Sektördeki dev firmalarda nakliye ihtiyacınız için veya herhangi bir sorunuz için aradığımızda ilk önce ya telesekreter karşınıza çıkar ve dakikalarca beklersiniz veya santral görevlisi telefonunuzu açsa bile doğru kişiye ulaşmak ve konuşmak bazen çok zaman alıyor” diyen Aylin Özgiray, kuruluş amaçlarının kendi pazarlarında bulunmayan butik servisi sağlarken, müşterileri ile de bire bir iletişimde olduklarını özellikle belirtiyor.





KOBİ BİLGİ

Doc. Dr.
Volkan Demir

Galatasaray Üniversitesi
Muhasebe - Finansman
Anabilim Dalı Öğretim
Üyesi / İşletme
Araştırma ve Uygulama
Merkezi Müdürü
vdemir@gsu.edu.tr



KOBİ'lerde teknoloji kullanımı

Günümüzde işletmelerin teknoloji kullanma düzeyi günümüzde işletmelerin performanslarına doğrudan katkı yapan unsurlardan biridir. Bu nedenle de işletmelerin teknoloji yatırımları, geri dönüşü hızlı ve karlı bir yatırımdır. Ancak teknoloji yatırımları yapılmadan önce doğru bir ihtiyaç planlaması yapılmazsa bu yatırım atıl kalabilmekte veya beklenen faydayı sağlayamaya-bilmemektedir. Teknoloji kavramı, farklı kişi ve kurumlar için farklı anlamlar ifade edebilmektedir. Üretim teknolojisi, mobil teknoloji, GSM teknolojisi, internet teknolojisi gibi ifadeler iş yaşamında sıklıkla duyduğumuz örneklerdir. Bu makalede teknoloji kavramı genel olarak kullanılmıştır. Makalenin, amacı özellikle sınırlı kaynaklara sahip olan KOBİ'lerin teknoloji ile ilgili kararlar verirken bazı önemli konularda farkındalık düzeylerini artırmaktır.

Ülkemizde artık internet kullanmayan, internette bankacılık işlemlerini yapmayan işletmeler oldukça azdır. Dolayısıyla KOBİ'ler için teknolojik gelişmelerin başında internet teknolojisi gelmektedir.

İşletmelerde teknoloji kullanımı iki boyutta ortaya çıkabilmektedir. Bunlardan biri üretimde teknoloji kullanımı, diğeri ise yönetimde teknoloji kullanımıdır. Özellikle

üretim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin *zaman*, *işgücü*, *kalite planlaması* dahilinde ortaya çıkan ihtiyaçları nedeniyle yeni makinelerin alınması, bilgisayar destekli üretimin ve tasarımın yapılması sonucunu doğurmuştur. Bu durum uluslararası rekabetin her geçen gün daha çok arttığı dünyada normal olarak kabul edilmektedir.

İşletmelerde teknoloji kullanımının üretim kadar önemli diğer boyutu ise yönetimin bilgi sistemleri yardımıyla gerçekleştirilme ihtiyacının ortaya çıkmasıdır. Bu konu işletmelerde büyük kaynakların aktarılması, zaman ve insan gücünün kullanılması açısından son derece önemlidir.

İşletme yöneticileri, yönetim fonksiyonları çerçevesinde organizasyon şemasını oluşturan tüm birimler ile ilgili planlama, kontrol etme ve karar verme ihtiyacı duyarlar. Tüm bunları yapabilme işi yöneticilerin mesailerinin neredeyse tamamını alabilmektedir. Fakat bilgi sistemleri işletmelerin organizasyon şemasındaki birimlerin yaptıkları işlerin tüm detaylarını raporlama ve analiz etme özelliklerine sahiptir.

Ülkemizde KOBİ'lerde bilgi sistemlerinden yararlanma eğilimi gün geçtikçe artmaktadır. Elbette, bunun bir maliyeti olacağı kaçınılmazdır. Fakat bu maliyet, iyi

bir ihtiyaç planlaması ile en aza indirilebilir. Çünkü büyüklüğü ne olursa olsun tüm işletmelerde ihtiyaçlarına cevap verecek uygun yazılımlar mevcuttur. Bu yazılımlar yerli ve yabancı yazılım firmaları tarafından yapılmakta ve hepsi işletmelere uyumlaştırma açısından esnek olarak tasarlanmaktadır. KOBİ'lerin bilgi sistemlerinden yararlanma aşamasında yaptıkları bazı yanlışlıklar işletmelere büyük maliyetler olarak geri dönmektedir. Yapılan ve yapılması muhtemel olan bu yanlışlıkların bazılarının üzerinde durmakta fayda vardır.

■ Satın alma veya kiralama kararları:

KOBİ'lerin yazılım ihtiyaçları birçok kurumsal firma tarafından seçeneği olarak karşılanabilmektedir. Bu seçeneklerden en önemlisi, KOBİ'ler yazılımı satın alıp daha sonraki yıllarda sözleşmede belirtilen tutarlarda bakım ve servis giderlerine katlanabilmekte veya yazılımları uzun süreli kiralama yoluna gidebilmektedir. Bu seçeneklerden hangisinin işletmeye uygun olacağı yapılacak görüşmelere, ödeme koşullarına ve işletmeye özel diğer koşullara göre değişebilmektedir.

■ İhtiyaç planlamasının iyi

yapılmaması: İşletmeler bilgi sistemlerine gereksinim duyduklarını

fark edip araştırma yoluna gittiğinde, işletmeye hangi programın alınacağını, bilgisayar donanımının ve diğer alt yapının buna uygun olup olmadığını, kimlerin bu projede görev alacağını, görev alacak personelin yeterli eğitime sahip olup olmadığını gözetmeksizin acele karar verip kurulum aşamasına geçmektedir. Bu durum ileriki zamanlarda proje kurulumu ve uygulamasında büyük sıkıntılara yol açmakta ve hatta bazen projenin yarım kalmasına ve askıya alınmasına da sebep olmaktadır.

■ **Yazılım hakkında araştırma yapmamak:** İşletmeye kurulacak yazılımı iyi tanımak gerekmektedir. Bunun için de; ‘Yazılım, aynı sektördeki hangi işletmelere kuruldu?’, ‘Yazılım ileride ortaya çıkacak ihtiyaçlara göre esnetilebilir mi ve bunun maliyeti nedir?’, ‘Bu yazılımla aynı fonksiyonlara sahip ve aynı maliyette (ya da daha düşük maliyette) yerli veya yabancı yazılım mevcut mu?’, ‘Yazılımın pilot uygulaması yapıldı mı?’ gibi bazı soruların cevaplarını öğrenip tatmin olmak gerekmektedir.

■ **Yazılımın satın alınmasında kurulmasında sadece üretimi düşünmek:** Günümüzde özellikle kurumsal kaynak planlaması yapabilen (ERP) yazılımlar satın alınırken, yapılan en büyük yanlışlık sadece üretimin fikrini alıp organizasyon şemasının diğer unsurlarını proje ekibine katmamaktır. Bunun neticesinde büyük bir ERP yazılımı satın alınıp sadece üretimde uygulanır ve yönetim, muhasebe, insan kaynakları bazı şahsi programlar ve formüller kurarak kendi işlerini yapmaya çalışırlar ki bu durum yönetim ve

raporlama açısından çok sakıncalıdır.

■ **Personele yazılım eğitiminin verilmesi:** KOBİ’ler genelde yazılım kurulması sırasında bu yazılımı kullanacak personelin tümüne değil de seçilen bazı kişilere eğitim verilmektedir. Bunun sebebi de eğitimin maliyet olarak görülmesidir. Halbuki yazılım eğitimleri birçok yazılım firmasında program satışı sırasında ücretsiz verilmektedir. Eğitim almayan diğer personelin yazılımı kullanması ancak eğitim alan personelin yardımlarıyla mümkündür. Bu durum yazılımın üreteceği çıktılarının (yani raporlar ve bilgileri) güvenilirliğini direkt etkileyebilmektedir.

■ **Yazılım kurulumunun zaman planlamasının yapılmaması:** KOBİ’ler yazılımı aldıklarında hemen bu yazılımın rapor üretmesini beklerler. Fakat bu tür programlarda *veri tabanı* oluşması gerektiğinden bu durum biraz zaman alabilmektedir. İşletme yöneticilerinin zaman planlamasını (hangi zamanda, hangi modüllerden, hangi raporlar elde edilebilecek?) yapmaları halinde ise

ileride ortaya çıkacak motivasyon eksikliği ve uyumsuzluklar önlenmiş olur.

Bir işletmede kurumsal kaynak planlaması (ERP) yapabilen bir yazılım satın alınmış ve kurulumu yapılmış olduğu halde, herhangi bir departmanda hala şahsi programlar, ek programlar, formüller kullanılıyorsa o program atıl kalmıştır. Unutulmamalıdır ki bu tür kaynak planlaması yapabilen yazılımların temeli muhasebedir. Çünkü muhasebe artık organizasyon şemasının her birimindedir. İyi bir yazılımla maliyet kontrolü sağlanabileceği gibi, etkin olarak kullanılmayan bir yazılımda yüksek maliyetlere yol açabileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Ülkemizde küçük ya da büyük hiçbir işletmenin basit yanlışlıklarla kaynak israf etme lüksü yoktur. Tüm bunları iyi kavrayabilmenin yolu öğreneni organizasyonlar yaratabilmektir. KOBİ’lerin sürdürülebilirlikleri ve büyümeleri için, teknoloji ile entegre olmaktan başka çareleri yoktur.





Temizlik sırası Avrupa ve Balkanlara geldi



YALÇIN KARAMAN

Son iki yılda yaptığı satın almalarla cirosunu 450 milyon dolara, çalışan sayısını 23 bine çıkaran temizlik, fiziki güvenlik, bordrolama ve catering şirketi Orion Holding, 2013'te yüzde 100 büyümeyi hedefliyor. 2013'ü yurt dışı açılım yılı kabul eden şirket, Kosova ve Erbil'in ardından Balkanlar, Türkiye Cumhuriyetler, Arap ülkeleri ve Avrupa'ya açılmayı planlıyor.

Temizlik hizmeti başta olmak üzere fiziki güvenlik, bordrolama, catering, çamaşırhane, pest control ve teknik hizmetler konularında faaliyet gösteren Orion Holding, yaptığı satın almalarla son dönemde dikkatleri üzerine çekti. Önceki yıllarda Güntay Temizlik, Doruk Catering ile Antalya Merkezli Lavanta Laundry ve Sevindik Yemek firmalarını satın alan şirket, 2012'de iki önemli satın almaya daha imza attı. Temizlik, güvenlik ve insan kaynakları sektöründe faaliyet gösteren RGS Group ve Bursa merkezli Real Grup tüm şirketleriyle beraber Orion Holding'e dahil oldu.

2011 yılı sonunda 10 bin civarında olan çalışan sayısı satın almalar ve organik büyümelerle 23 bin 500 kişiye ulaşan şirketin bugün 2 bin 100 civarında müşterisi ve 450 milyon dolar cirosu var. Orion Holding Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Karaman, 2013 yılında agresif büyüme stratejisini sürdüreceklerini söylüyor. Şirketin hedefi geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da yüzde yüzlere yakın bir büyümeyle cirosunu 850 milyon dolara çıkarmak.

2013 yurt dışı açılım yılı

Şirketin ciro büyümesine katkı sağlayacak en önemli adımlarından biri yurt dışına yönelik atılımlar olacak. Kısa bir süre önce ilk yatırımını Kosova'ya yapan ve Priştina Havalimanı'na yiyecek içecek işletmeleri hizmeti vermeye başlayan şirket, şubat ayından sonra ikinci yatırımını Kuzey Irak'ta Erbil'e yapmayı planlıyor. 2013'ü grup için yurt dışına açılım yılı olarak belirlediklerini belirten Karaman, bu yıl cirosal artışın önemli bir kısmının yurtdışı faaliyetlerden geleceğini söylüyor.

Öncelikle Balkanlar, Türkiye Cumhuriyetler, Kuzey Irak ve sonrasında gelişmiş Arap ülkelere açılmayı planlayan şirketin hedefi Avrupa'da 16 ülkeye yayılmak. Karaman, Avrupa ülkelerinde hizmet verebilmek adına her türlü altyapıyı oluşturduklarını söylüyor.

Otomatik online takip

Önümüzdeki dönemde cirosal dağılımda fiziki güvenlik ile catering hizmetini önemli ölçüde büyütmeyi hedeflediklerini söyleyen Karaman sözlerine şöyle devam ediyor: "Bazı sektörlerde verilen hizmetlerle rakiplere nazaran fark yaratacağız. Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli fark; müşterilerimizin kendilerine verdiğimiz hizmetleri ve süreçleri otomatik online takip edebilmeleri bir sistemi kullanımlarına sunmamız."



Bağımsız bir şirket denetliyor

Orion Holding'in farklılaştığı konulardan biri de hizmetlerin denetlenmesi. Projeler, şirketin eğitim ve denetim ekibi tarafından takip edilirken diğer taraftan mevcut yönetim ekibinden tamamen bağımsız bir denetim şirketi tarafından hizmet kalitesi ölçüm ve değerlendirilmesi yapılıyor. Ve bu denetimlerin sonuç raporları da müşterilere ve holding yönetim kurulu başkanına iletiliyor.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ**15 Ocak 2013 Salı**

- Aralık 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi

21 Ocak 2013 Pazartesi

- Aralık 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Aralık 2012 Dönemine Ait Alkollü İçeceklerle İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Aralık 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Aralık 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Aralık 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

23 Ocak 2013 Çarşamba

- 23/01/2013 Aralık 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
- Aralık 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı

24 Ocak 2013 Perşembe

- Aralık 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
- 1-15 Ocak 2013 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi

25 Ocak 2013 Cuma

- 1-15 Ocak 2013 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

28 Ocak 2013 Pazartesi

- Aralık 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait Tevkifatların Ödemesi (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi

31 Ocak 2013 Perşembe

- 2013 Yılı Motorlu Taşıtlar Vergisi 1. Taksit Ödemesi
- Yıllık Harçların Ödemesi
- 2012 Yılında Kullanılan Defterlerin 2013 yılında da Kullanılmak İstenmesi Halinde Yasal Defterlere İlişkin Ara Tasdik
- Aralık 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Aralık 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- 6111 Sayılı Kanununun 2, 3, 5, 6, 7 ve 8. Maddeleri Hükümleri Uyarınca Ödenmesi Gereken 11. Taksit Ödemesi
- Aralık 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Ocak 2013

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
3.Dosdosu Moda Gösteri Fuarı	8 Ocak 2013 14 Ocak 2013	Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri ve Kuşak Fuarı	Antalya
Avrasya Tarım Fuarı 2013	9 Ocak 2013 12 Ocak 2013	7.Ulusal Tarım ve Tarımsal Mekanizasyon Fuarı: Tarım ve Tarımsal Mekanizasyon	İstanbul
Avrasya Hayvanlık 2013	9 Ocak 2013 12 Ocak 2013	3.Hayvanlık, Ekipmanlar, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi Fuarı: Hayvanlık, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi	İstanbul
Traktör Yan Sanayi 2013	9 Ocak 2013 12 Ocak 2013	3.Traktör ve Tarım Makineleri, Yan Sanayi ve Yedek Parçaları Fuarı: Traktör ve Tarım Makineleri Yan Sanayi ve Yedek Parçaları	İstanbul
4.Ulusal Enerji Verimliliği Forumu ve Fuarı	10 Ocak 2013 11 Ocak 2013	Enerji Verimliliği, Yenilenebilir Enerji, Enerji Verimli Ürün Teknolojileri ve Çevre	İstanbul
EXPONATURA'13	10 Ocak 2013 13 Ocak 2013	4.Doğal ve Organik, Yöresel Ürünler & Doğal ve Sağlıklı Yaşam Fuarı	İstanbul
Ayaklı Yaz	10 Ocak 2013 13 Ocak 2013	33.Ayaklı Yaz, Çanta ve Aksesuarları Fuarı: Ayaklı Yaz, Çanta ve Aksesuarları	İzmir
İstanbul Health Expo	10 Ocak 2013 13 Ocak 2013	Medikal Ürün, Ekipmanlar ve Sağlık Turizmi Fuarı: Medikal Ürünler, Laboratuvar Ekipmanları ve Hastane Donanımları, Sağlık Turizmi	İstanbul
Türkiye Tohum Teknolojileri, Tohumculuk Fuarı	11 Ocak 2013 13 Ocak 2013	Tohumculuk ve Tohum Teknolojileri, Fide, Fidan,	İstanbul
Fresh Türkiye	11 Ocak 2013 13 Ocak 2013	Yaş Meyve- Sebze ve Organik Ürünler Fuarı: Yaş Meyve- Sebze, Organik Ürünler ve Teknolojileri	İstanbul
Evlik Dünya'sı 2013 Evlik Hazırlık Fuarı	11 Ocak 2013 13 Ocak 2013	Evlenecek çiftlerin bulabileceği her şey, ev ve evlik hazırlıklar	İstanbul
Çukurova 6.Kitap Fuarı	15 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Kitap, Süreli Yayın	Adana
Çukurova Eğitim 2013 (6.)	15 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Yurtiçi- Yurtdışı Eğitim Kurumları ve Eğitim Gereçleri	Adana
İDF 2013 İstanbul 7.Deniz Fuarı	17 Ocak 2013 19 Ocak 2013	Giyelik, Ham Denler, Deri Konfeksiyon, Deri İşleme Makineleri, Finisaj, Kimyasallar	İstanbul
ZOW 2013	17 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Uluslararası Mobilya Endüstrisi, İç Tasarım, Aksesuar ve Ekipmanlar Fuarı: Mobilya Endüstrisi, İç Tasarım, Aksesuar ve Ekipmanlar	İstanbul
7.Ulusal Kapı Fuarı	17 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Ahşap, Çelik, Endüstriyel ve Otomatik Kapı ve Kapı Yan Sanayi	İstanbul
2.Kapak, Profil, Mobilya Aks. ve Raydolap Fuarı	17 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Kapak, Profil ve Raydolap ve Mobilya Aksesuarları	İstanbul
24.Ulusal Anne Bebek Çocuk Ürünleri Fuarı	17 Ocak 2013 20 Ocak 2013	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	İstanbul
Anıtaş Hotel Equipment	23 Ocak 2013 26 Ocak 2013	24.Ulusal Konaklama ve Ağırtaşı Ekipmanları Fuarı: Otel Ekipmanları, Tekstil, Dekorasyon ve Servis Ekipmanları	Antalya
EMITT 2013	24 Ocak 2013 27 Ocak 2013	17.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı: Turizm	İstanbul
Mersin Fooddays	24 Ocak 2013 27 Ocak 2013	Mersin 7.Ulusal Gıda Gıda Teknolojileri ve Paketleme Fuarı: Gıda, İçecek, Üretim Teknolojileri, Ambalajlama, Etiket	Mersin
İMOB 2013 9.İstanbul Mobilya Fuarı	29 Ocak 2013 02 Şubat 2013	Mobilya	İstanbul
Officeexpo 2013- Ofis Mobilyaları Fuarı	29 Ocak 2013 02 Şubat 2013	Ofis Mobilyaları	İstanbul
İFEPO 2013	31 Ocak 2013 02 Şubat 2013	10.Ulusal İstanbul Corap, İç Giyim Fuarı: Corap, İç Giyim, Mayo, Pijama, Gecekl, Denim, Spor Giyim, Aksesuarlar	İstanbul
Jewex Alyans, Altın, Muc. Gümüş Takı ve Saat F.	01 Şubat 2013 04 Şubat 2013	Alyans, Altın, Takı, Mücevher, Saat	İzmir
5.Ulusal Bijoux Expo Türkiye	07 Şubat 2013 10 Şubat 2013	Bijuteri, Gümüş, Tekstil Aksesuarları, Çanta, Kemer, Şapka	İstanbul
GapTanım	07 Şubat 2013 10 Şubat 2013	4.Tarım Teknolojileri ve Hayvanlık Fuarı: Tarım Teknolojileri, Hayvanlık	Gaziantep
GapFood 9.Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj F.	07 Şubat 2013 10 Şubat 2013	Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj	Gaziantep
İnsan Kaynakları Fuarı 2013 (16.)	13 Şubat 2013 14 Şubat 2013	İnsan Kaynakları	İstanbul
İ Wedding Fashion İzmir	13 Şubat 2013 16 Şubat 2013	Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı: Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim	İzmir
Antalya 2.Kitap Fuarı	13 Şubat 2013 17 Şubat 2013	Kitap ve Süreli Yayınlar	Antalya
Adana İnşaat 2013	14 Şubat 2013 17 Şubat 2013	7.Yapı Malzemeleri, İnşaat Teknolojileri, İş ve İnşaat Makineleri Fuarı: Yapı Malzemeleri, İnşaat Teknolojileri, İş ve İnşaat Makineleri	Adana
İHS 2013	14 Şubat 2013 17 Şubat 2013	Adana 6.İstima, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz Teknolojisi, Tesistat ve Yalıtım Fuarı: İstima, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz Teknolojisi, Tesistat ve Yalıtım	Adana
GAMIST 2013	15 Şubat 2013 17 Şubat 2013	Dijital Oyunlar ve Oyun Teknolojileri	İstanbul
Avrasya Boat Show 2013	15 Şubat 2013 24 Şubat 2013	6.Deniz Araçları, Ekipmanları ve Aksesuarları: Deniz Araçları, Ekipmanları ve Aksesuarları	İstanbul
Adana Kent 2013 Adana	17 Şubat 2013 20 Şubat 2013	5.Belediye İhtiyaçları Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri ve Spor Tesisi Fuarı: Belediye İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri (Çevre Teknolojileri Özet Bölümü)	Adana
Anıtaş Beveç İçecek İhtisas Fuarı	20 Şubat 2013 23 Şubat 2013	İçecek Ürünleri, Ambalaj ve Ekipmanlar	Antalya
Anıtaş Food Product	20 Şubat 2013 23 Şubat 2013	20.Ulusal Gıda İhtisas Fuarı: İçecek Ürünleri, Ambalaj ve Ekipmanlar	Antalya
AESEANAGRI	20 Şubat 2013 24 Şubat 2013	9.Ege Tarım Sera ve Hayvanlık Fuarı: Tarımsal Mekanizasyon, Tarım Teknolojileri, Seraçılık ve Hayvanlık	Denizli
MODEKS 2013	20 Şubat 2013 24 Şubat 2013	Mobilya, Dekorasyon ve Aksesuarları Fuarı: Ev Ofis Mobilyaları, Dekorasyon Üniteleri, Aydınlatma, Bölme, Sistemleri, Yer ve Zemin Döşemeleri, Aksesuarlar, İç Mimar Tasarım	Bursa
BETON 2013	21 Şubat 2013 24 Şubat 2013	Beton, Agrega, İnşaat Teknolojileri ve Ekipmanları Fuarı	İstanbul
PENTEX 2.Penyne, Tekstil ve Teknolojileri Fuarı	21 Şubat 2013 24 Şubat 2013	Penye, Tekstil ve Teknolojileri	Gaziantep
ALLDESIGN 2013 Tasarım Endüstrileri Fuarı	22 Şubat 2013 23 Şubat 2013	Tasarım Endüstrileri	İstanbul
MODEKO 2013 24.İzmir Mobilya Fuarı	27 Şubat 2013 03 Mart 2013	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları	İzmir
UNICERA	27 Şubat 2013 03 Mart 2013	25.Ulusal Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı: Zemin ve Duvar Kaplamaları, Banyo ve Mutfak Ürünleri, Aksesuarları, Seramik İşleme Teknolojileri,	İstanbul
Aysal 10. Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi F.	28 Şubat 2013 02 Mart 2013	Ayakkabı Yan Sanayi Ürünleri, Aksesuar, Deri, Suni Deri, Taban, Tekstil, Makineler, Kurum Müesseslikleri ve Dergiler	İstanbul
Eurasia Moto Bike Expo	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Motosikletler, Bisikletler, Aksesuarlar, Tuning, Servisler ve Bayiler	İstanbul
4.Gıda, Tarım ve Hayvanlık Fuarı	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Tarım, Gıda, Hayvanlık Teknolojileri ve Endüstrileri	Muğla
Mersin Agrodays	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Mersin 8.Ulusal Tarım Fuarı: Tarım, Tarım Makineleri, Gübre Tohum, Seraçılık	Mersin
Balkesir Tarım Fuarı 2013	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Balkesir Tarım ve Hayvanlık Fuarı: Tarım ve Hayvanlık	Balkesir
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	02 Mart 2013 03 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	05 Mart 2013 05 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	Ankara
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	07 Mart 2013 07 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İzmir
Avrasya Demiry., Hafif Raylı Sis. Altyapı ve Loj. F.	07 Mart 2013 09 Mart 2013	Demiryolu Araç, Gereçleri, Hafif Raylı Sistemler, Altyapı ve Lojistik	İstanbul
SIRHA-İSTANBUL 2013	07 Mart 2013 09 Mart 2013	Otel, Catering ve Gıda Fuarı	İstanbul
FOTEİS İstanbul 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	11.Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı: Gıda İşleme Teknolojileri ve Ekipman, Katkı, Ambalajlama ve Lojistik, Unlu Mamul Teknolojileri, Gıda Güvenliği ve Hijyen	İstanbul
3T' 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	11.Ulusal Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri Fuarı: Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri	İzmir
13.Zemin Fuarı	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Zemin Kaplama Malzemeleri Sektörü Fuarı: Hali, Parke ve Tüm Zemin Kaplamaları	Gaziantep
ZİY ANKARA 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Züccacıye, Mutfak ve Ev Eşyaları, Çeyiz, Elektrikli Ev Aletleri ve Dekoratif Eşya Fuarı	Ankara
Düğün ve Evlilik Fuarı -Düğün Ankara 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Düğün ve Evlilik	Ankara
Ankara Ev Tekstil Fuarı	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Ev Tekstili	Ankara
Bursa 11. Kitap Fuarı	09 Mart 2013 17 Mart 2013	Kitap ve Süreli Yayınlar	Bursa
Edufair's Yurtdışı Eğitim Fuarları	10 Mart 2013 10 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Ankara
Edufair's Yurtdışı Eğitim Fuarları	12 Mart 2013 12 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Bursa
İFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	12 Mart 2013 12 Mart 2013	Yurt Dışı Eğitim	Bursa

MAL TALEP

25 ülkeden işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'a geçtiğimiz yıl Aralık ayı içerisinde farklı ülkelere işbirliği teklifleri geldi. 25 ülkeden gelen işbirliği çağrılarını sizler için derledik.

1 ■ BULGARİSTAN

Firma Adı: NİVEL IMPORT - EXPORT

Yetkili Kişi: Niyazi Karataban

Tel: +359.2.492 2343; **Faks:** +359.2.492 2344;

e-mail: nivel-imex@hotmail.com

İthalat, ihracat alanında faaliyet gösteren, gülfidanı üretimi, şarap dağıtıcılığı, kömür ticareti, duvar kâğıdı imalatı ve ticareti yapan ve ayrıca kerestecilik yapan ve hızlı büyüyen ağaç yetiştiren firma, Türkiye'den kiremit almak ve Bulgaristan pazarına ilgi duyan sektör temsilcileri ile görüşmek istiyor. Firmanın ayrıca Türkiye'den ceviz alma talebi bulunuyor.

2 ■ HONG KONG

Firma Adı: Sunrise Imp.&Exp.(HK) Ltd.

Adres: FLAT 6A 6/F MILTON MANSION 96 NATHAN ROAD KLN TST Hong Kong, ,

Yetkili Kişi: Ms. HO

Tel: +852.2735.2744; **Faks:** +852.2735.4472;

e-mail: tsunrise@biznetvigator.com

Firma, Türkiye'den kuru sarı bakla/fasulye (dry yellow beans) ve kuru yeşil bakla/fasulye (dry green beans) almak istiyor. Talep, T.C. Hong Kong Konsolosluk Ticaret Ataşeliği aracılığıyla iletildi.

3 ■ KAZAKİSTAN

Firma Adı: KZ-DAMU-2030,

Yetkili Kişi: Aybek Kaskarov

Tel: +7.700.943 9527;

e-mail: aybek2030@yahoo.com

Tarımla uğraşan, buğday üretimi ve ihracatı yapan şirket, Türkiye'ye buğday, arpa ve hayvan yemlik ürünleri satmak istiyor.

4 ■ RUSYA

Firma Adı: VİTAMİN K

Adres: Moskova, Kafkasya - RUSYA

Yetkili Kişi: Takhir Khosuev

Tel: +7.499.325 96 68;

Faks: +7.499.325 96 68;

e-mail: tahahos@mail.ru

Türkiye'den yaş sebze ve meyve alıp Rusya pazarında pazarlamasını yapan şirket, başta yaş sebze ve meyve üreticileri, tekstil ve halı sektörü temsilcileri olmak üzere, Rusya pazarına ilgi duyan tüm sektör temsilcileri ile işbirliği amaçlı bağlantı kurmak istiyor. Firma ayrıca Kafkasya'da inşaat gereçleri (tuğla, çimento, vb.) üretimi konusunda yatırım yapmak isteyen firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor.

5 ■ UKRAYNA

Firma Adı: BAKIVSHCHINA PLUS

Adres: Kırım - UKRAINE

Yetkili Kişi: Mukhsim Fukala

Tel: +380.44.270 65 55;

Faks: +380.44.278 52 83;



e-mail: fukala1951@mail.ru

2 bin hektar alanda tarım üretimi yapan firma, tarım sektöründe faaliyette bulunan, ürün işleme, depolama, tarım ürünleri ticareti ile uğraşan firmalarla ortak yatırım konularında işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.

6 ■ ALMANYA

Firma Adı: AXTOR Lubricants GmbH

Yetkili Kişi: Hans Heidman

Tel: +49.221.222 04 640;

e-mail: info@axtor-germanoil.de;

web: www.axtorlubricants.de

Kendisine ait AXTOR markasıyla motor yağları ve oto yedek parça üreten firma, AXTOR markasıyla tüm dünyada franchise (isim hakkı) sistemiyle oto yedek parça zincir mağazaları, oto bakım tamir servisleri, yağ değişim istasyonları, benzin istasyonları, lojistik deposu ve paketleme tesisi açmak istiyor. 5 bin kalem ürün çeşidi bulunan firmanın İstanbul'da şubesi ve bayileri bulunduğu, Almanya'daki ana firma tarafından 22 ülkeye ihracat yaptığı bildiriliyor. Firmanın, Alman, Çin, İran ve Suudi Arabistan firmalarından gelen teklifler olmasına rağmen Türkiye'den ciddi kurumsal ve yatırımcı firmaların ortaklık tekliflerini değerlendirmek istediği ve ilgilenen yatırımcı firmaların, Türkçe olarak tanıtım dosyalarını e-mail yoluyla gönderebilecekleri belirtiliyor.

7 ■ KIRGIZİSTAN

Firma Adı: Dostuk-Trade

Adres: Oş - Kyrgyzstan

Yetkili Kişi: Shamshibek Ergeshov

Tel: +996.3222.40386;

e-mail: shamshibek@hotmail.com

Alçı, fayans yapıştırıcısı ve saten üretimi yapan inşaat ve elektrik malzemeleri toptan ve perakende ticareti ile uğraşan firma, inşaat ve elektrik malzemesi (kablo, anahtar, priz vb.) üreticileriyle ve alçı (firmanın açılmamış alçı ocağı bulunmaktadır) üretiminde kullanılan makine ve tesis üretimi yapan şirketlerle görüşmek istiyor.

8 ■ AZERBAJCAN

Firma Adı: Gənc Sahibkarlar Şəbəkəsi

İctimai Birliyi / Genç İşadamları Birliyi

Adres: Xətai rayonu, Babək prospekti,

Ələddin Quliyev küçəsi, 1131-ci məhəllə,



Babək plaza - AZERBAJCAN

Yetkili Kişi: Murat Jamalzade / Genel Müdür

e-mail: mjamalzade@yen.az;

web: www.yen.az

Genç İşadamları Birliği Genel Müdürü olan Murat Jamalzade; gıda, medikal, internet, radyo-televizyon, bilişim sektörleri başta olmak üzere, Azerbaycan pazarına ilgi duyan tüm sektör temsilcileri ile işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.

9 ■ HİNDİSTAN

Firma Adı: HİNDİSTAN BÜYÜKELÇİLİĞİ

Adres: Ankara, Türkiye

Yetkili Kişi: C. Ramachandran / Baş Katip (Ticaret) & HOC

Tel: +90.312.438 5371;

Faks:+90.312.440 3429;

e-mail: fspi@indembassy.org.tr

Hindistan Büyükelçiliği'nden gönderilen bir yazıda, Hindistan Hayvancılık, Süt Ürünleri ve Balıkçılık Departmanı, Hindistan Tarım Bakanlığı'nın bir yazısına atfen, 2012 yılında beklenenden daha fazla miktarda süt üretimi olduğu ve yerel piyasa tüketimi için gerekmeyen, yaklaşık 20 bin metrik ton süt fazlasının süt tozu olarak dışarıya ihraç edileceği bildiriliyor. Yazıda, Hindistan'da süt üretiminin birçok teste tabii tutularak en dikkatli ve özenli şekilde yapıldığı, üretilen sertifikalı ve kalite belgesine sahip süt tozunun Gujarat Kooperatif Süt Pazarlama Federasyonu (GCMF) tarafından AMUL markası altında satılacağı belirtiliyor. Ayrıca, GCMF'nin Hindistan'ın en büyük gıda ürünleri pazarlama

kurumu olduğu, bütün tesislerinin ISO ve HACCP Belgesine sahip olduğu ve bu belgelerin aynı zamanda Hindistan İhracat Gözetim Acenteleri tarafından da onaylandığı belirtiliyor. İlgilenen kuruluşların, daha fazla bilgi için Hindistan Büyükelçiliğinden Başkatip C. Ramachandran ile iletişim kurabilecekleri belirtiliyor

10 ■ İRAN

Firma Adı: H.C. PARSİAN

Yetkili Kişi: Şehrazat Reşidinia

Tel: +98.21.7761 7135; **Faks:** +98.21.7761 6694;

e-mail: info@hpcarsian.com;

web: www.hpcarsian.com

Gıda ve kimya sektöründe ticari faaliyet gösteren firma; Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı, salça, turşu, buğday, un, et, piliç, yumurta, şeker vb. gıda ve kimyasal maddeler ve zeytinyağı makineleri üretimi yapan şirketlerle ve lojistik firmaları ile işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.

Firma Adı: H.C. PARSİAN

Yetkili Kişi: Şehrazat Reşidinia

Tel: +98.21.7761 7135; **Faks:**+98.21.7761 6694;

e-mail: info@hpcarsian.com;

web: www.hpcarsian.com

Gıda ve kimya sektöründe ticari faaliyet gösteren firma; Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı, salça, turşu, buğday, un, et, piliç, yumurta, şeker vb. gıda ve kimyasal maddeler ve zeytinyağı makineleri üretimi yapan şirketlerle ve lojistik firmaları ile işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.



11 ■ KARADAĞ

Firma Adı: Drustvo Maslinara Bar / Zeytin Yetiştiricileri Derneği

Adres: Eski Bar, Bar / Karadağ

Yetkili Kişi: Mahmut Vukovic

Tel: +382.69.876 747; **Faks:** +382.30.344 196;

e-mail: vukovicmahmut@gmail.com;

web: www.maslinaribar.org

Zeytin Yetiştiricileri Derneği yöneticiliği yapan ve zeytin ve mandalina üreticiliği alanında faaliyet gösteren, zeytinyağı üretimi yapan, turizme ilgilenen bir aile şirketi yöneticisi olan Mahmut Vukovic, Karadağ pazarına ilgi duyan tüm sektör temsilcileri ile işbirliği yapmak ve Türkiye'den bilgi ve teknoloji transferi yapmak istiyor.

12 ■ KKTC

Firma Adı: KIBRIS EKMEK KADAYIFI

Adres: Şehit İbrahim Ramadan Sok. No:22

LEFKOŞA - KKTC

Yetkili Kişi: Tanju Müezzinoğlu

Tel: +90.392.227 3598;

Faks: +90.392.227 2597;

e-mail: tanju2002@kibrisonline.com;

web: www.kibriskadayif.com

Yıllık keçiyoynuzu üretiminin bin ton civarında olduğu KKTC'de ürünün Kooperatif Harnup Kıрма Fabrikası'nda kırılıp, çekirdeğinden ayrıldığını ve sadece pekmez yapımında kullanıldığını ve geriye kalan ürünün de hayvan üreticilerine hayvan yemi olarak pazarlandığını ifade eden firma, kendi tesisinde AB standartlarında keçiyoynuzu unu ve keçiyoynuzu kremi ürettiğini bildiriyor.

Çok değerli bir ürün olan keçiyoynuzunun KKTC'de yeterince değerlendirilmediğini görerek keçiyoynuzundan un yapmayı ve ayrıca keçiyoynuzu unundan bilhassa çocuklara, gençlere ve yaşlılara çok yararlı bir gıda olan harup/harnup kremi (çokokrem gibi) de yapmayı başardığını belirten firma, ürünü Türkiye'de pazarlamak istediklerini bildiriyor.

13 ■ MAKEDONYA

Firma Adı: EUROPA EXPRESS

Adres: Street "Dovledzik" nn 7000 Bitola, Macedonia

Yetkili Kişi: Erol Mahmud

Tel: +389.72.265 812; **Faks:** +389.47.203 850;

e-mail: erolbitola@hotmail.com;

web: www.europaexpress.com.mk

Su, meyve suyu, mineral su (soda) ve CO2 üretimi yapan firma; CO2 üreten şirketlerle ve su, meyve suyu, mineral su üreticileri ile işbirliği görüşmesi yapmak istiyor. Firmanın kendi arasından yüzde 97 oranında temizlikte karbondioksit çıktığı ve buna Avrupa pazarında pazar bulunması konusunda işbirliği yapmak istedikleri ve ayrıca kendilerine ait 3 bin m2'lik fabrikada gıda maddeleri ya da başka ürünleri üretmek için ortak aradıkları belirtiliyor.

14 ■ TACİKİSTAN

Firma Adı: SOMON 99999 LLC

Adres: Tacikistan, Dushanbe, H. Şirazi 1 Sok.

Yetkili Kişi: Otabel Ruziyev

Tel: +992.235.78 59; **Faks:** +992.37.2240245;

e-mail: bekruzi@mail.ru

İnşaat sektöründe faaliyet gösteren ve yüksek kaliteli beton üretimi ve dağıtımı ile beton üretimi piyasasında lider konumda olan aile şirketi, Tacikistan'da ticaret merkezi işletmek isteyen, konut ve bina inşaatı yapmak isteyen yatırımcı firmalarla işbirliği görüşmesi yapmak istiyor. Aynı zamanda ticaret merkezi yapıp işleten şirket; inşaat malzemesi, temizlik malzemesi ve gıda üreticileri başta olmak üzere Tacikistan pazarına ilgi duyan tüm sektörlerle işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.

15 ■ YUNANİSTAN

Firma Adı: STANI

Adres: Ayias Anastasias 28, Rodos - Yunanistan

Yetkili Kişi: Guler Sarıhasan

Tel: +30.224.102 22 66;

Faks: +30.224.107 05 08;

e-mail: gul_sar_has@hotmail.com;

web: www.rodosevents.gr/stani

Unlu mamuller ve pasta üretimi yapan firma, kendi sektörüne yönelik malzeme ve donanım üreticileri ile görüşmek istiyor. Firma ayrıca, şeker almak istediğini bildiriyor.

16 ■ AFGANİSTAN

Firma Adı: BABUL LOGISTIC SERVICE & SUPPLY CO.

Adres: Kabul - AFGHANİSTAN, ,

Yetkili Kişi: Mohammad Hashim Juraqol

e-mail: babullogistic12@hotmail.com

Firma; tekstil ürünleri ve özellikle makine

halları üreten Türk firmalarının

Afganistan'daki bayiliğini yapmak istiyor.

17 ■ ARNAVUTLUK

Firma Adı: ALTINBAŞ ALBANIA

Adres: Tirane - ALBANIA

Yetkili Kişi: Abdulla Frakulli

Tel: +355.67.20 215 95;

e-mail: frakulli@hotmail.com

Firma, kuyumculuk ve ilaç sektörlerinde üretim yapan şirketlerle görüşmek (doğrudan alım/temsilcilik) istiyor. Ayrıca, Arnavutluk pazarına ilgi duyan ve AVM'lerde mağaza açmak isteyen, tekstil başta olmak üzere farklı sektörlerde marka sahibi olan şirketlerle işbirliği görüşmesi (doğrudan alım/temsilcilik) yapmak istediğini bildiriyor.

18 ■ SIRBİSTAN

Firma Adı: DEN & BAY D.O.O.

Adres: Auto put 2 A ZAGREB - 20 - lok 1/10, 11, 12 BEOGRAD - SERBIA

Yetkili Kişi: Denis Bajraktar

Tel: +381.11.20 54111; **Faks:** +381.11.20 54111;

e-mail: den-bay-bg@hotmail.rs

25 yıldır kadın hazır giysileri ticareti ile uğraşan aile şirketi, ticari işbirliği yapmak üzere Türkiye'deki hazır giyim üreticileri ile görüşmek istiyor.

19 ■ IRAK

Firma Adı: AL-MATIN CO.

Adres: IRAQ-Kirkuk-Bahgdad St.

Yetkili Kişi: Muhamad N. Jafar

e-mail: mnazimoglu@hotmail.com

İnşaat, elektrik, mekanik altyapı ve üst yapı işleri ile inşaat malzemeleri ticareti yapan şirket; altyapı projelerinde kullanılmak üzere (PVC, UPVC, HDPE) boru bayiliği, petrol boru hatlarında kullanılan boru ve boru bağlantı malzemeleri, üst yapı projelerinde kullanılan çelik ve ahşap kapılar bayiliği almak amacıyla Türkiye'deki üretici firmalarla bağlantı kurmak istiyor.

20 ■ TÜRKMENİSTAN

Firma Adı: İLYAS GARAJAYEV TİC. ŞİR.

Yetkili Kişi: İlyas Garajayev

Tel: +993.12.955 591;

e-mail: garajayev@gmail.com

Yangın sistemleri, seramik, parke, kontrplak, ısıtma ve havalandırma donanımı, açık ve kapalı alan aydınlatma donanımları, transformatörler, okul ve ofis mobilyaları, sandviç panel prefabrik evleri, iç ve dış kapılar ve diğer inşaat malzemeleri ithalatı ile uğraşan şirket, bu sektörlerdeki firmalarla ve Türkmenistan pazarına ilgi duyan tüm sektör temsilcileri ile işbirliği görüşmesi yapmak istiyor.

21 ■ GÜNEY AFRİKA

Firma Adı: Corrotherm Special Met. Africa

Yetkili Kişi: Owen Maroleni: Managing Director / Brian Isherwood: Sales Engineer

Tel: +27.13.246 9120; **Faks:** +27.13.246 1151;

e-mail: owenm@corrotherm.co.za;

web: www.corrotherm.co.za

Mühendislik ürünleri ve metaller üreticisi olan

firması; Türkiye'ye paslanmaz çelik, alüminyum ve bakır alaşımları gibi paslanmaz ve ısıya dayanıklı metaller ve alaşımlar satmak istiyor. Güney Afrika Cumhuriyeti Büyükelçiliği aracılığıyla iletilen ticari işbirliği teklifi hakkında daha ayrıntılı bilginin, Büyükelçilik Ticaret Asistanı Sn. Sultan Onacak'tan edinilebileceği bildiriliyor (Sultan Onacak - Tel: 90-312-4056863, Faks: 90-312-4466434, e-mail: onacaks@dirco.gov.za).

22 ■ GÜRCİSTAN

Firma Adı: ASFARMA

Adres: Tbilisi - GEORGIA

Yetkili Kişi: Ramiz Rasulov

Tel: +995.32.27 33 97; **Faks:** +995.32.27 36 34;

e-mail: ramiz.r@asfarma.com

İlaç pazarlama şirketi, başta ilaç ve medikal şirketleri olmak üzere Gürcistan pazarına ilgi duyan tüm sektör temsilcileri ile görüşmek istiyor.

23 ■ MACARİSTAN

Firma Adı: Hungarian Chamber of

Commerce and Industry

Adres: 1055 Budapest, Kossuth Lajos tér 6-8 - HUNGARY www.mkik.hu

Yetkili Kişi: Ms. Emese Kovacsfi

Tel: +36.20.294 0674;

e-mail: info@uzletahalon.hu;

web: www.uzletahalon.hu/en

Macaristan Ticaret ve Sanayi Odaları tarafından işletilen ve Macar ve yabancı şirketlerin kendi iş tekliflerini sunabilecekleri, arama ve tanıtımlarını ücretsiz olarak yapabilecekleri bir portalın hizmete sunulduğu

bildiriliyor. Yabancı şirketlerin, www.uzletahalon.hu web sitesindeki İngilizce ya da Almanca kısmındaki teklif gönder seçeneğini tıklayıp, buradaki yönergeleri takip edip Formu doldurduktan sonra giriş ve iş tekliflerini portala ücretsiz yerleştirebilecekleri ve işletmelerin portala ücretsiz 3 adet teklif ya da tanıtım yerleştirebileceği bildiriliyor.

24 ■ KOSOVA

Firma Adı: EDINSON Shpk

Adres: Rr. TIRANA P.N. / PRIZREN - KOSOVA

Yetkili Kişi: Elvir Gurgushka

e-mail: edinson1@gmail.com;

web: www.edinson-ks.com

Havalandırma, klima, soğutma, ısıtma, güneş enerjisi sistemleri kuran, sıhhi tesisat vb. işler yapan firma; Türkiye'deki iklimleme donanımları ve sıhhi tesisat gereçleri üreticileri ile bağlantı kurmak istiyor.

25 ■ ROMANYA

Firma Adı: CAMELEON INTERNATIONAL SRL

Adres: Constanta - ROMANIA

Yetkili Kişi: Erdal Mutalip

Tel: +40.722.672 924; **Faks:** +40.31.8152978;

e-mail: e_mutalip@yahoo.com

İnşaat malzemesi toptan ve perakende ticareti yapan firma; solar ve katı yakıtlı ısıtma sistemleri (ısıtıcı, soba, kazan ve aksesuarları), hırdavat (boya fırçaları, kapı aksesuarları, zincir, çivi, kilit, menteşe vb.), sıhhi tesisat malzemeleri (vana, batarya, rezervuar vb. banyo gereçleri) gibi yapı işlerinde kullanılan şeyler üreten Türk firmaları ile görüşmek istiyor.





Prof. Dr. Ali Beba
Hong Kong Bilim ve
Teknoloji Üniversitesi
Öğretim Üyesi ve
Girişimcilik Merkezi
Direktörü
alibeba@ust.hk



AKIL TERİ



Crowdfunding: Girişimciler İçin Yeni Bir Fonlama Yöntemi

Girişimcilerin karşılaştıkları temel sorunların başında finansa ulaşmak gelir. Finans sorunun çözümü için günümüzde değişik alternatifler var ve bunlara her gün de bir yenisi ekleniyor.

Bankaların çoğu proje aşamasındaki yeni fikirlere fon vermezler. Normalde girişimciler finans ihtiyaçlarını öncelikle kendi olanaklarından, ailelerinden, eş-dost-arkadaşlarından alırlar. Ardından da 'melek yatırımcılar'a başvururlar.

Günümüzde girişimcilere fonlama sağlayan ve girişimcilerin hayallerini gerçeğe çevirmelerine yardımcı olan yepyeni bir kavram daha eklendi. Buna 'kalabalığın desteği' diye tercüme edebileceğimiz 'crowdfunding' deniliyor.

Crowdfunding Nedir?

Crowdfunding, girişimcilerin hayallerini gerçeğe dönüştürmeleri için gereken fonu sağlayan yeni bir fonlama yöntemidir. Yandaki resimde görüldüğü gibi hiç tanımadığınız bir kalabalık girişimcinin projesine ilgi duyarsa kendi olanakları ölçüsünde para gönderiyor. Gönderilen para bağış, hibe ya da iane değil, projenin gerçekleşmesi için bir finans desteği oluyor.

Bu sistemde para gönderen her katılımcı projenin başarılı olması halinde fon sağladıkları oranda geri dönüş alabiliyor. Kısaca crowdfunding sistemi ile maddi katkıda bulunan her katılımcıyı şirketin bir hissedarı gibi görmek gerekiyor.



Değişik crowdfunding siteleri

Bu tür siteler gün geçtikçe her ülkede yaygınlaşıyor. Basit bir Google araması ile bunların yüzlercesine anında ulaşmak mümkün. Tabii ki her crowdfunding sitesinin birbirinden farklı hedefi olsa da sistem aynı ve basit bir prensip ile çalışıyor. Burada girişimci değişik projelere fon sağlamak amacı ile hazırlanmış sitelerden birinde veya birkaçında projesini tanıtıyor. Bu siteleri ziyaret eden herhangi bir kimse de projeyi beğenir ve hayata geçmesini isterse kendi olanakları ölçüsünde bu site üzerinden projeye katkı yapıyor. Böylelikle projenin bir anlamda potansiyel yatırımcıları ortaya çıkmış oluyor.

Girişimcilerin projeleri inovatif bir ürün ve/veya hizmet üretimi ve pazar-

laması olabildiği, gibi sosyal amaçlı da olabilir. Örneğin, proje yüksek bir teknoloji ile üretilebilecek bir ürün ya da hizmet sunabilir veya sosyal ve ekonomik içerik taşıyabilir. Bu amaçla kurulan internet siteleri ABD başta olmak üzere birçok ülkede büyük bir hızla yayılıyor. Bu ülkede yeni girişimcilik projeleri için 2011 yılında 1.6 milyar dolarlık bir fonlamanın bu siteler aracılığı ile yapıldığı biliniyor.

Projelerini bu tür sitelerde sunanların zaman ve hayallerini ortaya koymaktan başka kaybedecekleri maddi bir şey yoktur. Hatta genellikle, girişimcilerin projelerini sergiledikleri bu tür sitelere yapmaları gereken hizmet ödemeleri bile öngörülen fon miktarının tam olarak oluşmasından sonra yapılır. Maddi katkıda bulunanlar da yaptıkları katkının hangi amaçla kullanılacağını net olarak bilirler.

Başarılı bir Crowdfunding Sitesi

Kickstarter adlı site 61 bin proje için bir yıl içinde toplam 220 milyon dolar fonlama yaptı. Proje sunanlar beledikleri fonlama miktarına ulaştıktan sonra siteye yüzde 5 ödeme yapıyor. Bu ödemelerde tüm bilinen kredi kartları ile fon aktarımı yapılabiliyor.

Türkiye'de de girişimcilerin hayallerini gerçeğe dönüştürebilmeleri için gerekli finans desteğini sağlayan bu tür yenilikçi sitelerin kurulmasında büyük yarar var.



Prof. Dr. Ali Beba
Hong Kong Bilim ve
Teknoloji Üniversitesi
Öğretim Üyesi ve
Girişimcilik Merkezi
Direktörü
alibeba@ust.hk



AKIL TERİ

Akıl Teri

Crowdfunding: Girişimciler İçin Yeni Bir Fonlama Yöntemi

Girişimcilerin karşılaştıkları temel sorunların başında finansa ulaşmak gelir. Finans sorununun çözümü için günümüzde değişik alternatifler var ve bunlara her gün de bir yenisi ekleniyor.

Bankaların çoğu proje aşamasındaki yeni fikirlere fon vermezler. Normalde girişimciler finans ihtiyaçlarını öncelikle kendi olanaklarından, ailelerinden, eş-dost-arkadaşlarından alırlar. Ardından da 'melek yatırımcılar'a başvururlar.

Günümüzde girişimcilere fonlama sağlayan ve girişimcilerin hayallerini gerçeğe çevirmelerine yardımcı olan yepyeni bir kavram daha eklendi. Buna 'kalabalığın desteği' diye tercüme edebileceğimiz 'crowdfunding' deniliyor.

Crowdfunding Nedir?

Crowdfunding, girişimcilerin hayallerini gerçeğe dönüştürmeleri için gereken fonu sağlayan yeni bir fonlama yöntemidir. Yandaki resimde görüldüğü gibi hiç tanımadığınız bir kalabalık girişimcinin projesine ilgi duyarsa kendi olanakları ölçüsünde para gönderiyor. Gönderilen para bağış, hibe ya da iane değil, projenin gerçekleşmesi için bir finans desteği oluyor.

Bu sistemde para gönderen her katılımcı projenin başarılı olması halinde fon sağladıkları oranda geri dönüş alabiliyor. Kısaca crowdfunding sistemi ile maddi katkıda bulunan her katılımcıyı şirketin bir hissedarı gibi görmek gerekiyor.



Değişik crowdfunding siteleri

Bu tür siteler gün geçtikçe her ülkede yaygınlaşıyor. Basit bir Google araması ile bunların yüzlercesine anında ulaşmak mümkün. Tabii ki her crowdfunding sitesinin birbirinden farklı hedefi olsa da sistem aynı ve basit bir prensip ile çalışıyor. Burada girişimci değişik projelere fon sağlamak amacı ile hazırlanmış sitelerden birinde veya birkaçında projesini tanıtıyor. Bu siteleri ziyaret eden herhangi bir kimse de projeyi beğenir ve hayata geçmesini isterse kendi olanakları ölçüsünde bu site üzerinden projeye katkı yapıyor. Böylelikle projenin bir anlamda potansiyel yatırımcıları ortaya çıkmış oluyor.

Girişimcilerin projeleri inovatif bir ürün ve/veya hizmet üretimi ve pazar-

laması olabildiği gibi sosyal amaçlı da olabilir. Örneğin, proje yüksek bir teknoloji ile üretilebilecek bir ürün ya da hizmet sunabilir veya sosyal ve ekonomik içerik taşıyabilir. Bu amaçla kurulan internet siteleri ABD başta olmak üzere birçok ülkede büyük bir hızla yayılıyor. Bu ülkede yeni girişimcilik projeleri için 2011 yılında 1.6 milyar dolarlık bir fonlamanın bu siteler aracılığı ile yapıldığı biliniyor.

















Projelerini bu tür sitelerde sunanların zaman ve hayallerini ortaya koymaktan başka kaybedecekleri maddi bir şey yoktur. Hatta genellikle, girişimcilerin projelerini sergiledikleri bu tür sitelere yapmaları gereken hizmet ödemeleri bile öngörülen fon miktarının tam olarak oluşmasından sonra yapılır. Maddi katkıda bulunanlar da yaptıkları katkının hangi amaçla kullanılacağını net olarak bilirler.

Başarılı bir Crowdfunding Sitesi

Kickstarter adlı site 61 bin proje için bir yıl içinde toplam 220 milyon dolar fonlama yaptı. Proje sunanlar bekledikleri fonlama miktarına ulaştıktan sonra siteye yüzde 5 ödeme yapıyor. Bu ödemelerde tüm bilinen kredi kartları ile fon aktarımı yapılabiliyor.

Türkiye'de de girişimcilerin hayallerini gerçeğe dönüştürebilmeleri için gerekli finans desteğini sağlayan bu tür yenilikçi sitelerin kurulmasında büyük yarar var.

Ekonomist'te Neler Olacak?

<p>CEO Club Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırma, anket, etkinlik, konferanslarda bir araya getiriyor...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Anadolu 500 Anadolu'nun En Büyük 500 Şirketi araştırması...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yılın İş İnsanları Yılın İş İnsanı, Yöneticisi, Girişimcisi, Bürokrati ve Sivil Toplum Önderi... 21 yıllık heyecan...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Kobi Girişim Büyülemek, kurumsal yapısını güçlendirmek ve dışa açılmak isteyen KOBİ'lerin yeni rehberi...</p> <p> katkısıyla</p>
<p>Best Brands Avrupa'nın önemli araştırmalarından... Ekonomist ve GfK Türkiye iş birliği ile dev araştırmanın merakla beklenen sonuçları</p>	<p>Perakende Liderleri Bilişimden gıdaya, giyimden yapı malzemelerine Türkiye'nin en büyük perakende şirketleri...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Gayrimenkul Saati Emlakta doğru yatırımı yapmak için herkes Gayrimenkul Saati'nin çalışmasını bekliyor...</p>	<p>Franchise 100 Franchise veren büyük şirketlerle, girişimcileri buluşturan dev araştırma dosyası...</p>
<p>İnşaat 2023 Türkiye'nin önde gelen illerinde yaptığımız toplantılarda inşaat sektörünün gelecek vizyonunu konuşuyoruz.</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yılın Kadın Girişimcisi Başarıdan başarıya koşan girişimci kadınlar hak ettiği ödüle kavuşuyor...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Anadolu'nun En Etkili 50 İş İnsanı Anadolu başarı öykülerinin arkasındaki güçlü isimler özel anketlerle belirleniyor...</p>	<p>Anadolu Markaları 81 ilin yükselen markalarının başarılarını paylaşan yarışma ve konferans dizisi...</p> <p> katkısıyla</p>
<p>VOB Sanal Portföy Yarışması Finansal sistemin yükselen yıldızı Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası'na özel ödüllü yarışma...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>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.</p> <p> katkısıyla</p>	<p>M&A 2012 İş dünyasını sarsan birleşmeler, sektöre yön veren satın almalar...</p>	<p>Anadolu Buluşmaları Anadolu'nun dört bir yanından global bakış açısına sahip bütün KOBİ sahibi iş adamlarını kulübümüze davet ediyoruz...</p>
<p>En Zengin 100 Türk Birkaç basamak birden yükselenler, ilk 10'daki yeri hiç değişmeyenler, listeye ilk kez girenler...</p>	<p>Garanti Mortgage Yeni konut projeleri, AVM ve plazalarda son trendler, avantajlı krediler, uzman görüşleri...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yılın En İyi Filo Yöneticisi Gittikçe büyüyen bir sektör haline gelen filo kiralama, sürdürülebilir filo anlayışının desteklenmesi ve başarılı filo yöneticilerinin ödüllendirilmesini hedefliyor.</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Varant Kullanım Kılavuzu Piyasanın yeni enstrümanlarıyla ilgili, bilgi risk ve avantajlarını içeren analize yer veriyoruz.</p> <p> katkısıyla</p>
<p>The Banker Dünyanın en önemli bankacılık dergisi 'The Banker' iş birliği ile sektöre dünya ölçeğinde geniş perspektifli bir bakış...</p>	<p>Türkiye'nin En Başarılı Emlak Yatırımları Araştırması Türkiye'nin başarılı emlak yatırımları, 11 farklı kategoride seçiliyor...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Vergide Gündem Vergi konusunda uyarıcı bilgiler, mevzuata ilişkin son gelişmeler...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yatırım Uzmanı Güncel ve yatırımcıların ilgi gösterdiği yeni yatırım enstrümanlarını kapsamlı şekilde ele alıyoruz...</p> <p> katkısıyla</p>

TURİZM DESTEK PAKETİ'NİZİ ALIN, YILDIZLARI ARTIRIN.

Konaklama işletmelerine, seyahat acentelerine, tedarikçi firmalara, restoranlara ve turizm sektöründe hizmet veren diğer işletmelere nakit akışlarına uygun geri ödeme seçeneğiyle finansman desteği Garanti'den.

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

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?



**TURİZM
DESTEK PAKETİ**

 **Garanti**

