

KOBİ

HAZİRAN 2013

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

Esnafa destek artıyor

Gerek KOSGEB, gerek finans kuruluşları, gerekse odalar esnafa desteği artırdı. Yeni kurulan esnaf okulları, çeşitli illerde düzenlenen esnaf günleri ve esnafa özel kredilerle sektörün yeniden canlanması hedefleniyor.



Profesyonelliği bırakıp çiçek tasarlamaya başladı

Kendisine miras kalan reçeteyi markalaştırdı



Çiftçiye faiz avantajlı kart

Geleceğin kadın lideri olmak ister misiniz?

YATIRIM FIRSATI: YURT DIŞINDAN 15 İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

TÜRKİYE'NİN EN BAŞARILI KADIN GİRİŞİMCİLERİ BU YIL KİMLER?

Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'na
katılın, başarı hikâyenizi paylaşın,
en iyiler arasında yerinizi alın.

Ödüller:

Türkiye'nin Kadın Girişimcisi

20.000 TL

Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimci

15.000 TL

Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci

15.000 TL

Kadın Sosyal Girişimci

15.000 TL

















Son Başvuru Tarihi:
30 Haziran 2013

7.YIL

KAGİDER
10 yaşında

Ekonomist

Ekonomist'te Neler Olacak?

<p>CEO Club Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırmada, 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>

f - /garanti

KOBİLERİN
GARANTİSİ

GARANTİLİ KOBİ'LERİN İŞİ TURKCELL AKILLI BULUT'LA YÜKSELECEK!

Garantili KOBİ'ler Turkcell işbirliğiyle işini dijital ortama taşıyor; Turkcell Akıllı Bulut'a Yedekleme, Toplu SMS, Akıllı Araç ve Akıllı Dükkan ürünlerini % 30'a varan indirimlerle kullanıyorlar. Siz de geç kalmadan garanti.com.tr'den başvurunuzu yapın, bu büyük fırsattan yararlanın.

Başvuru ve ayrıntılı bilgi
garanti.com.tr/turkcellkobipaketleri'nde.

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?



www.turkcell.com.tr/kunumsal



TURKCELL

Hayat paylaşınca güzel

Kampanya indirimi 30 Haziran 2013 tarihine kadar geçerlidir. İndirimden yalnızca Garanti müşterisi KOBİ'ler yararlanabilir. Mevcutta SMS paketi olan müşteriler SMS indiriminden yararlanamazlar. Başvuruda bulunan müşteriler Turkcell tarafından aranacak ve ürüne Turkcell aracılığıyla sahip olabilecekler. Turkcell Akıllı Bulut'a Yedekleme, Akıllı Araç ve Akıllı Dükkan ürünleri internet bağlantısı olan alanlarda kullanılabilir. Fiber ve ADSL internet hizmeti Turkcell Superonline tarafından verilmektedir.



Burcu Tuway

btuway@ekonomist.com.tr



Türkiye esnafına sahip çıkıyor

Esnaf, Türkiye ekonomisinin can damarlarından biri. Türkiye'de 491 meslek kolunda faaliyet gösteren, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu'na (TESK) bağlı bulunan 13 mesleki federasyon ve 82 birlik bünyesindeki 3 bin 98 odaya kayıtlı yaklaşık 2 milyon esnaf ve sanatkar bulunuyor.

Ancak kuşkusuz büyük sıkıntılar da yaşıyor esnaf cephesinde... Dünyanın pek çok ülkesinde bizdeki gibi esnaflık anlayışı çerçevesinde faaliyet gösteren bir eko sistem yok. Çoğu ülkede büyük mağaza uygulaması yıllar öncesinde başlamış. Bir anlamda ihtisaslaşmış satıcı grupları var gelişmiş ülkelerde. Türkiye'de ise sistem daha farklı işliyor.

İşte sistem Türkiye'de bu şekilde işlerken, bir anda büyük mağazalar geldi. Bakkalların yerini hipermarketler almaya başladı. Bütün bu gelişmeler de esnafı yaralamaya başladı. Günler aylar geçtikçe bu yara daha da büyüdü, esnafın ana sermayesinin her geçen gün erimesine neden oldu. Bundan birkaç yıl öncesine kadar

hepimizin yılda en az iki kez gittiği ayakkabıcısı, konfeksiyoncusu vardı! Bu tanışık dükkanlara yılda bir kere bile uğrayamayanların sayısı artmaya başladı.

Büyük mağazaların, hipermarketlerin kredi kartlarına yaptığı uzun vadeli taksit kampanyaları, kent esnafına darbe üstüne darbe indirirdi.

Bu sıkıntılar Türkiye'de uzun süreden beri yaşıyor. Ancak bu konuda artık esnafı desteklemeye yönelik mekanizmaların oluşmaya başladığını görüyoruz. Örneğin, ticaret odaları esnaf günleri düzenliyor. Bu günler, tamamen esnafın cirosunu artırmaya yönelik...

Bir yandan da aslında en büyük temel sıkıntılardan biri olan kalifiye eleman ihtiyacına yönelik olarak da çeşitli illerde çırak yetiştiren meslek okulları kuruluyor.

Hatta bir tanesi İstanbul'da eğitime başlamaya hazırlanıyor.

KOSGEB'in de kendi çatısı altında desteklemeye başladığı esnaf sayısı hiç de az

değil. Örneğin KOSGEB, finansman kredileri kapsamında sadece imalatçı esnafa yönelik 5 bin 108 esnafa 130 milyon TL'lik kredi kullandırmış.

Bunun yanı sıra yine esnafa yönelik olarak TESC ve KOSGEB işbirliği ile uygulamalı girişimcilik eğitimleri veriyor. Esnaf, bu eğitimlerde finansman yönetiminden sürdürülebilir verimliliğe kadar pek çok yeni ama olmazsa olmaz önemli kavramı öğrenmiş oluyor. Sonuçta esnafın da çağa ayak uydurabilmesi için, baştan aşağı yenilenmeye ve gelişime ihtiyacı var.

İşte tüm bu gelişmeler ışığında esnaf için topyekun bir hareket başlatıldı demek yanlış olmaz. Bu destekler esnafın beklentisini tamamen karşılıyor mu? Elbette karşılamıyor. Ancak gerek kamu kuruluşlarının gerekse sivil inisiyatifin artık esnafına sahip çıktığını söyleyebiliriz.

Kapak haberimizde bu konuyu detaylı bir şekilde işledik.

Hepinize iyi bir ay geçirmenizi dileriz...

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**KOBİ GİRİŞİM** Burcu Tuway**BORSA - FİNANS** Talip Yılmaz**MEDYA** Fatoş Bozkuş**DIŞ HABERLER** Emrah Gürkan

HABER MERKEZİ Levent Gökmen,
 Özlem Bay, Gözde Yeniova, Mustafa Gündoğdu,
 Kivanc Özvardar, 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 Yörükcü**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 Habif**GRUP BAŞKAN YARDIMCISI** Nil Ertan Aydemir**SATIŞ MÜDÜRÜ** Filiz Kavak - Seda Uğur Kesici

Selin Uğur - Tuğçe Umay - Ayça Özdem

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**FİPP** üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

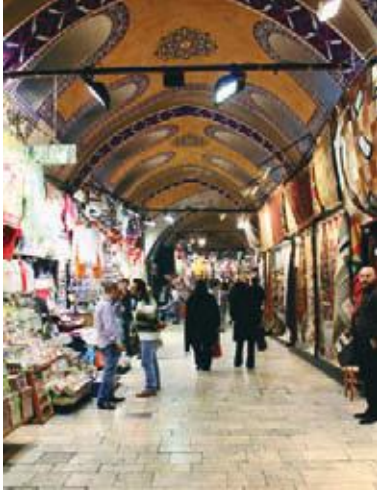
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

abone@doganburda.com

www.doganburda.com

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

İÇİNDEKİLER



Türkiye genelinde gerek ticaret odaları gerekse gerekse esnaf odaları tarafından esnafa yönelik büyük bir destek kampanyası başlamış durumda. Makro ölçekli işletmelerin gölgesinde sıkıntılar çeken esnaf için çeşitli illerde alışveriş festivalleri düzenleniyor, uygun faiz oranlarıyla krediler veriliyor, en önemlisi de sektörün en büyük sorunu olan kalifiye eleman yetiştirmeye yönelik olarak çırak okulları açılıyor.



2012 yılında hayata geçirilen Wellness Day etkinliklerinin ikincisi, 8 Haziran'da MindBody Festival İstanbul kapsamında yapılacak. Richmond Nua Spa Yönetim Kurulu Başkanı Belgin Aksoy liderliğinde 'Sağlıklı yaşamı destekliyorum' imza kampanyası da organize ediliyor. Etkinlikte 100 bin imzaya ulaşılmış durumda Hindistan'da yapılacak Global Spa & Wellness Zirvesi'nde Türkiye'nin sağlıklı yaşama olan ilgisi paylaşılacak.



04 KOBİ GİRİŞİM HAZİRAN 2013

- 05** Geleceğin kadın lideri olmak ister misiniz?
- 06** KOBİ Gündemi
- 10** **KAPAK KONUSU**
Esnafa nefes aldıracak projeler
- 15** Meleklerin ilk yatırımı telefonkilifim.com'a
- 16** Yabancı sporculara 'doping' verecek
- 18** RAKIA'dan gıdada yatırım fırsatı
- 19** Chrysamed kozmetik de üretecek
- 20** Girişimci Kulübü Jeff Hoffman'ı ağırladı
- 22** Kariyerini bırakıp çiçek tasarlamaya başladı
- 24** Perakendeciye yeni bir yurt dışı anahtarı
- 26** PSC International postacı arıyor
- 27** Sağlıklı yaşam girişimleri artıyor
- 28** Metalurjide 'sağlam' bir model yarattı
- 30** "Her bir otel odasına 5 TL'lik ürün sokacağız"
- 32** Çiftçiye faiz avantajlı kart
- 34** Koçlardan kadın girişimcilere eğitim
- 35** İnovatif KOBİ'ler aranıyor
- 36** Regus'tan Trump'ta da esnek ofis çözümü
- 38** Kendisine miras kalan reçeteyi markalaştırdı
- 40** Bozüyük'te 15 milyon dolarlık yatırıma soyundu
- 42** **Doç. Dr. Volkan Demir:**
KOBİ'lerde bilgi sistemleri ve ERP
- 44** Yurt dışı fuar takvimi
- 45** Yurt içi fuar takvimi
- 46** Vergi takvimi
- 47** Sbarro 5 yılda 200 restorana ulaşacak
- 48** Yurt dışı mal talepleri
- 50** **Gülşah Özkan:** Bizi yeni bir finans sistemi mi bekliyor?



Melek yatırım fonu BIC Angel Investments'ın ilk yatırımı telefonkilifim.com'a oldu. 200 bin TL'lik yatırım alan telefonkilifim.com'un hedefi yurt dışı pazarlara açılmak.



Parlak kariyerini bırakarak kendi çiçek tasarımı atölyesini kurmaya karar veren Ayça Paksoy Sözen, Penny Blooms&Beans isimli mekanda çiçek ve kahveyi birleştiriyor. Sözen'in hedefi tasarım atölyeleri ve çeşitli çalışmalarla Türkiye'de çiçek tasarımı geliştirmek.



Organik kozmetik ürünleriyle bilinen Fresh Line, bir sorunun sahip çıktığı geçmişine uzanan bir marka. Yunanistan merkezli markayı Türkiye'ye getiren de Ankaralı girişimci bir iş kadını Gülşah Ertuğrul. Ertuğrul, kısa zamanda tutulan markayı bu yıl sonunda 5 mağaza çıkarmak istiyor.

ETKİNLİK



Geleceğin kadın lideri olmak ister misiniz?

KAGİDER ve Sanofi Türkiye işbirliğiyle hayata geçirilen, genç kadınların toplum ve iş hayatındaki konumlarını güçlendirmeyi hedefleyen Geleceğin Kadın Liderleri projesinin dördüncü dönem eğitimleri için www.geleceginkadınliderleri.org adresinden başvurular alınmaya başlandı.

KAGİDER ve Sanofi Türkiye, genç kadınların yeteneklerini geliştirerek geleceğin liderleri olmalarına katkı sunmak amacıyla 2010'dan bu yana 'Geleceğin Kadın Liderleri' projesini yürütüyor. Projenin dördüncü dönem eğitimlerine katılım için başvurular alınmaya başladı.

Geleceğin Kadın Liderleri projesinin hedefi genç kadınların iş gücüne katılım süreçlerini kolaylaştırarak, onların toplum ve iş hayatındaki hedeflerine ulaşmalarını desteklemek. Proje kapsamında, katılımcıların profesyonel iletişim ağlarının genişletilmesi, teknik eğitimlerinin yanı sıra iş gücüne katılmalarının sağlanması ve sosyal duyarlılıklarının geliştirilmesi amaçlanıyor.



Projeye ödül geldi

Faaliyet gösterdiği ülkelerde kadınların iş gücüne katılımına önem veren Sanofi Grubu, Türkiye'de KAGİDER işbirliğiyle yürüttüğü 'Geleceğin Kadın Liderleri' projesi ile ödüle layık görüldü. Sanofi Türkiye, Geleceğin Kadın Liderleri projesiyle 2012'de en prestijli uluslararası ödüllerden Communitas Ödülleri'nin sahibi oldu. Kaynaklarını içinde yaşadığı toplumun yararı için kullanan kişi ya da kurumlara verilen Uluslararası Communitas Ödülleri kapsamında, Sanofi Türkiye "Gönüllü Proje Sponsorluğu" dalında ödüle layık görüldü.

Üniversite son sınıf öğrencisi veya yeni mezun, 20-25 yaş arası genç kadınların katılımına açık olan proje kapsamında düzenlenen dört günlük eğitimlerde, genç kadınlara CV yazma, iş arama teknolojisinin kullanımı, mülakat simülasyonları gibi işe alım sürecinde çok faydalı olacak pratik bilgiler veriliyor. Bunların yanı sıra hedef belirleme, iş ahlakı, etkin iletişim, kariyer planlaması gibi iş hayatlarına yön verecek dersleri de içeren bir eğitimden geçiyorlar. Ayrıca katılımcılar; bankacılık, sağlık, telekomünikasyon, reklamcılık, hızlı tüketim gibi farklı sektörlerin temsilcilerinden, o sektörlerle ilgili doğrudan bilgi alma şansını da yakalayabiliyorlar.

117 kadına sertifika

Eğitimlerin ardından sertifikalarını alacak olan genç kadınlara, iş arama süreçlerinde altı ay boyunca KAGİDER ve Sanofi Türkiye tarafından mentorluk desteği verilecek. Son iki yıl içerisinde 117 genç kadın sertifika aldı ve halen 61 kadın KAGİDER'den mentorluk almaya devam ediyor. Projeye dahil olmak isteyen genç kadınlar, 31 Temmuz 2013 tarihine kadar www.geleceginkadınliderleri.org adresindeki başvuru formunu doldurabilirler. Projeye ilgili etkinliklerden haberdar olmak ve gelişmeleri takip etmek için www.facebook.com/GeleceginKadınLiderleri ve twitter.com/GKL_Projesi adresleri ziyaret edilebilir.

KOBİ GÜNDEMİ

Kadın girişimcilerden sonuç bildirgesi

■ 78 ülkeden 108 yabancı kadın girişimci ve ülkemizden 200 iş kadınının katılımıyla gerçekleştirilen 1'inci Uluslararası Kadın Girişimciler Forumu IWEF'in sonuç bildirgesi yayınlandı. 2-3 Mayıs tarihlerinde, Ekonomi Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı himayelerinde ve TİM'in katkılarıyla İstanbul'da düzenlenen IWEF, dünyada kadın girişimciliğini destekleyen bir sosyal ve ekonomik etkileşim ağı olarak kuruldu.

Kadın girişimciler arasında güç birliği oluşturmak, kadınların iş dünyasındaki statülerini

sağlamlaştırmak, iş kadınları arasında oluşturulacak sosyal iletişim ağları ile işbirliği ve ticaret yapmalarına katkıda bulunmak amacıyla yapılan forumda, CEO, bakan, iş sahibi konukların da



katkılarıyla kapsamlı sonuçlar ve öneriler ortaya çıktı.

Forumda özetle şunları söylendi:

“Kadın ve erkekler arasında kaynaklara ulaşma ve kaynakları etkin kullanma açısından eşitliğin sağlandığı; kadınların, toplumun sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal alanlarına erkeklerle benzer oranlarda katıldığı ve kadının toplumdaki yerinin özlenen ve hak edilen yerde olduğu günler diliyoruz. Kadınların iş dünyası ile prestiji yüksek, karar verme ve yetki aşamasındaki mesleklerde daha fazla yer almalarının sağlanması için kadın emeğine vasıf kazandırılması ve kadının niteliksel gelişimini ve işgücü piyasasına girişini sağlayıcı gerekli mekanizmaların oluşturulmasına ihtiyaç vardır.”

ASİAD'a yeni başkan

■ Ankara Sanayici ve İşadamları Derneği (ASİAD) Başkanlığına Barış Aydın getirildi. Aydın, ASİAD'ın 24 yıllık tarihi boyunca sadece Başkentli sanayici ve işadamlarına hizmet vermeye sınırlı kalmadığını, yurt genelindeki diğer derneklere de yol gösterici olduğunu kaydetti. Bugün Ankara'daki çok sayıda derneğin ASİAD'ın bünyesinden çıktığına işaret eden Aydın, şunları söyledi:

“Oluşturduğumuz genç kadro ile ASİAD'ı eskiden olduğu gibi Türkiye'nin en önemli STK'larından biri yapacağız. Halen TÜGIAD Ankara başkanlığı görevini yürütüyorum. Profesyonel bir ekiple birbirinden güzel projelere imza attığımız TÜGIAD'daki başarıyı, biz Ankaralı işadamları için çok ama çok önemli olan ASİAD'da da yakalayacağımıza inancım tam. Çünkü yönetimlerimiz her yönüyle çok başarılı



ve Ankara sevdalısı kişilerden oluşuyor. Bu yönetim ile ASİAD'a tarihinin en verimli dönemini yaşatacağız.”

Turizmin geleceği online'da

■ Türkiye turizm sektöründe yaklaşık 23 bin kayıtlı konaklama tesisi faaliyet gösteriyor. Bu tesislerin yüzde 65'ini ise 4 ve 5 yıldızlılar dışında kalan konaklama tesisleri oluşturuyor. KOBİ ölçeğindeki bu tesislerin büyük çoğunluğunun internet sitelerinin, tüketicilerin talep ve beklentilerinin çok uzağında kalması, tesislerin düşük doluluk oranları ile hizmet vermelerine neden oluyor.

Konaklama sektörüne yönelik çözümler geliştiren CloudArena'nın Kurucu Ortağı Ali Beklen, Türkiye'deki otellerin online varlığının yüzde 20'nin altında olduğuna dikkat çekerek, “Bu kapsamda, ülkemizde gerçekleşen internet satışları geçtiğimiz yıl yüzde 9'un altında kaldı. Üstelik bu internet satışlarına

'internette başlayan' satışlar da dahil.

Aslında bu satışların çoğu 'Otelin telefonunu internette bul, daha sonra telefonla oda satın al' modelinde gerçekleşti. Kısacası, tamamen internet üzerinden gerçekleşen oda satışı 2012'de yaklaşık yüzde 5 gibi son derece düşük bir seviyede kaldı” diyor.

Online satışa olanak tanıyan internet sitesine sahip olmanın ve sosyal

medyada sürdürülebilir varlık oluşturmanın KOBİ ölçeğindeki konaklama tesisleri için yüksek maliyetli olduğunu belirten Beklen, “Bu nedenle, Türkiye'deki yüzde 5'e karşılık Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinde turistik tesislerin kendi internet siteleri üzerinden satış oranı yüzde 29 seviyesinde bulunuyor” şeklinde konuşuyor.





TİM Akademi kuruldu

■ Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), '2023, 500 milyar dolar ihracat' hedefine ulaşmak için her anlamda çalışmalarını sürdürüyor. Bu bağlamda, firmaların strateji, vizyon ve hedeflerini kurgulamaları amacıyla hayata geçirilen 'TİM AKADEMİ2023' projesi hayata geçirildi tanıtıldı.

TİM, genel ve sektörel ihracatın yanı sıra, farklı sektörlerden ihracatçı firmaların da kendi özel hedeflerini kurgulamaları ve bu yeni duruma göre strateji belirlemelerini isteyecek. TİM, bu çerçevede 'TİM AKADEMİ2023' adıyla bir dizi eğitim semineri verilmesini sağlayacak. Programlar tamamlandığında, toplumun geniş bir kesimi tarafından benimsenen ihracat hedefi ile bir

yandan sektör temsilcileri, üstlendikleri ihracat hedeflerini yakından takip ederken; sektöre mensup ihracatçı firmalar da kendi stratejik yol planlarını hazırlayarak planlamalarını buna göre gerçekleştirecek.

TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, "2023 stratejisini şirket düzeyine indirmek amacıyla TİM Akademi 2023'ün startını veriyoruz. 26 ihracatçı sektöre mensup üretici firmalara yönelik stratejik oyun planı oluşturarak, haritalama ve uygulama çalışmasını içeren eğitim, konferans, bilgilendirme seminerleri ve toplantılar düzenleyeceğiz. Şirket eylem planları ve uygulamaları hakkında şirketlere yol haritası çizilecek" dedi.

Taşı yaşatacak tasarımlara ödül

■ "Türk doğal taşları" markasını tüm dünyaya duyurmak için tasarımı ve tasarımcıları destekleyen İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB), ikinci kez düzenlediği doğal taş tasarım yarışmasının kazananlarını açıkladı. 290 projenin yarıştığı 'Taşı Yaşatan Tasarımlar' yarışmasında profesyonel ve

öğrenci kategorilerinde toplam 9 proje ödüllendirildi. Profesyonel kategoride, geleneksel Türk Hamamı konseptini, dışlara taşıyan Ceyhan Akın'ın Turkish BATHroom projesi birinci olurken, öğrenci kategorisinde Mimar Sinan Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden Burak Koçak Joiner projesi ile birincilik ödülünü kazandı.



Simit Sarayı'ndan yeni işbirliği

■ Simit Sarayı ve dünyanın en büyük havayolu catering firması LSG Sky Chefs, Türkiye'de yeni bir işbirliği başlattıklarını açıkladı. Starfood Antalya Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ (Starfood Antalya) adıyla faaliyet gösterecek olan, unlu mamuller ve işlenmiş gıda üretimi yapacak olan yeni şirketin imza töreni Simit Sarayı Yönetim Kurulu Başkanı Haluk Okutur, Simit Sarayı Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve CEO'su Abdullah Kavukcu ve LSG Sky Chefs Türkiye Genel Müdürü Atıla Ergenç tarafından gerçekleştirildi. Kavukcu, "LSG Sky Chefs ile gerçekleştireceğimiz işbirliğinde onların havayolu catering hizmetleri alanındaki know how'ı ile bizim taze ve donmuş unlu mamul üretimi ve satış alanındaki uzmanlığımızı birleştirerek sinerji yaratmayı hedefliyoruz. Geçen yıl Simit Sarayı ürünlerinin SunExpress uçuşlarında satılmaya başlamasıyla gerçekleşen işbirliği sonucunda inanılmaz bir taleple karşılaşılarak satışlarımızı iki katına çıkardık ve havayolu catering hizmeti alanında uluslararası düzeyde kabul gören bir başarı öyküsü yarattık. Bu uygulamayla elde edilen başarıdan sonra LSG Sky Chefs ile başka alanlarda da işbirliği yapma kararı aldık" dedi. Ergenç ise Simit Sarayı'nın taze ve donmuş unlu mamullerin üretimi ve dağıtım alanındaki kanıtlanmış bir başarıya sahip olduğunu ve bu nedenle de Starfood Antalya girişiminde kendileri için ideal bir ortak oluşturduğunu ifade etti.



KOBİ GÜNDEMİ

Dericiler yeniden "Erdal Matraş" dedi

■ MTürkiye Deri Sanayicileri Derneği'nin Olağan Genel Kurulu yeni yönetimini belirledi.

Genel kurul toplantısında ilk olarak, Erdal Matraş'ın deri sektörünün yoğunlaştığı İstanbul, Gerede, Çorlu, Bursa ve Ege'deki tüm deri bölgelerinin başkanlarının katılımıyla oluşturduğu liste ile seçime gidildi. Erdal Matraş ve listesi, çoğunluğun oyunu alarak yeniden başkan seçildi.

Matraş, rakip deri üreticisi ülkelerin yarı mamul ürünü kromlu derinin ihracatının kısıtlanması gibi yöntemlerle kendi hammaddesinin dışarı gitmesini engellendiğini belirterek bu yönde çalışacaklarına değindi. Deri sektörünün



stratejik önemine de dikkat çeken Erdal Matraş, katma değeri yüksek ürünlerle çok ciddi bir ihracat artışı yakalanabileceğini belirtti.

Matraş son yıllarda yurtdışı fuarlarda sektör firmalarının desteklediği ve çeşitli tanıtım çalışmaları yapıldığını ifade ederek bu çabaların ihracat artışı olarak firmalara yansıtıldığını da söyledi.

Sektörün kullandığı deri yağlama müstahzarları da toplantıda ele alınan önemli konulardan biriydi. Önce Maliye Bakanlığınca ÖTV uygulamasına tabi tutulan bu ürün, şimdi de EPDK tarafından izne bağlanmış durumda. Yeni yasal düzenleme üzerinde inceleme yaptıklarını belirten Matraş, EPDK Başkanı'ndan randevu talep ettiklerini ve ilk fırsatta sorunun çözümü için Ankara'ya gidileceğini ifade etti.

Yurt dışına açılmak isteyen firmalara eğitimler

■ Sabancı Üniversitesi Yönetici Geliştirme Birimi (EDU) ve Maven Partners Danışmanlık firması, büyüyen yurtdışı pazarları hedefleyen Türk firmaları için bir işbirliğine imza attı. İşbirliği kapsamında 'Yurtdışı Pazarlara Giriş Kodları' seminer dizisinin ilki Karaköy Minerva Palas'ta yapıldı. Seminer dizisinin ilk ülkesi olarak; Körfez ülkeleri arasındaki en büyük coğrafyası, canlı ticaret ortamı ve yükselen pazar MENA bölgesi için ideal bir ticari üs konumunda olması itibarıyla yurtdışına açılmak isteyen Türk firmalarının ajandasında üst sıralarda yer alan Suudi Arabistan seçildi. Seminerde, Türkiye'ye dönük kültürel ilgiye olan artışa, artan ihracat rakamlarına ve yakın siyasi ilişkilere vurgu yapılarak Suudi Arabistan pazarında Türkiye markası için özellikle perakende alanında fırsatlar olduğu üzerinde duruldu. EDU Direktörü Dr. Cüneyt Evirgen Türk firmalarının yurtdışına açılmak veya işlerini yurtdışında da büyüme yönünde destek olmak üzere iş ve insan kaynağı gelişimi için Business Beyond Borders adlı gelişim programları portföyünü oluşturduklarını ve bu seminerin de bu portföy bünyesinde ilgilenilen pazarları firmalara birinci ağızdan deneyimlerle tanıtmak amacını taşıdığına dikkat çekti. Seminer dizisi, 20 Haziran'da düzenlenecek Körfez ülkeleri semineri ile devam edecek. Yıl içerisinde belirli aralıklarla Azerbaycan, Güney Afrika ve Körfez Ülkeleri'ni konu alarak devam edecek.

DHL'den KOBİ Express



■ Uluslararası lojistik ve hızlı hava taşımacılık şirketi DHL Express, KOBİ'lere özel bir paket hazırladı. 'KOBİ Express' ismiyle sunulan hizmet hakkında bilgi veren DHL Express Türkiye'nin yeni CEO'su Markus Reckling, "Türkiye'deki KOBİ'lerin, özellikle hızlı büyüyen ekonomiler başta olmak üzere, dünyanın geri kalanına ihracatını daha da kolaylaştıracaktır. Türkiye'den ihracat, dünyanın en hızlı, en güvenli ve en uluslararası ağı sayesinde hiç bu kadar kolay olmamıştı" dedi.

KOBİ'ler 444 00 40'ı arayarak KOBİ Express'ten ihtiyaç duydukları bilgiye istedikleri anda ulaşabilecekler. Yeni KOBİ Express müşterilerine, abonelikleri itibarıyla 3 ay boyunca ücretsiz PDN (Proaktif Teslimat Bildirimi) hizmeti de sunulacak. Bu hizmet, gönderilerin çıkıştan dağıtımına kadar takip edilmesi, teslim detayının SMS, faks veya e-mail yoluyla otomatik olarak bildirilmesi ve müşteri hizmetlerimizin gerekli durumlarda anında müdahaleyi kapsıyor.

Tunuslu iş insanları girişimci kadınlarla buluştu



■ Tunus ve Türkiye'den iş insanlarını bir araya getiren Tunus - Türkiye İşbirliği Günleri, NEWWW Dünya Kadın Girişimciler Platformu ve UTİCA Tunus Sanayici, Tüccar ve Zanaatkarlar Birliği koordinasyonunda İTO'da gerçekleşti. Tunus'tan gelen 50 iş insanının yanı sıra, UTİCA Tunus Bölgesi Başkanı ve Tunus Kadın Girişimciler Bölgesel Odası Başkanı, Türkiye'deki girişimci iş kadınlarına Tunus ile iş yapabilmenin sırlarını anlattı.

İki ülke hakkında ekonomik, ticari ve dış ticaret mevzuatı hakkında bilgilendirici sunumların yapıldığı buluşmaya; eğitim, gıda, inşaat, tekstil, atık geri dönüşümü, ambalaj ve yedek parça sektörü ile uluslararası ticaret, ecza ve kimya ürünleri ve el sanatlarından kadın girişimciler bir araya geldi. Ekonomik, ticari ve dış ticaret mevzuatı hakkında kadın girişimcilerin uluslararası arenada birbirleriyle bağlantıda kalarak, yeni

kapılar açmak amacıyla bir araya geldikleri NEWWW Dünya Kadın Girişimciler Platformu Başkanı Emel Efe Göksel, Türkiye'nin Afrika ülkeleri arasında ticaret yaptığı 5. ülkenin Tunus olduğunu belirterek şunları söyledi: "İthalat ve ihracatta gümrük muafiyetlerini konu alan 2004 tarihinde Türkiye ve Tunus arasında serbest ticari anlaşmasının Tunus'da imzalanmasının ardından iki ülke arasındaki ticari volüm 355 milyon dolardan 1 milyar dolara yükseldi. Tunus, Türkiye'nin Afrika ülkeleri arasında ticaret yaptığı 5'inci ülke. İki ülke arasındaki iş birliğinin en güzel örneği, 550 milyon Euro yatırım yapan ve Monastir Habib Bourguiba Ulusal Hava limanı işletmesini ve 40 yıllığına uluslararası ENFİDHA Hammamet hava limanının BOT' (İnşaat-İsletme-Transfer) projesi ihalesinin TAV Airport Holding tarafından kazanılmasıdır."

Dünyanın kadın girişimcileri İstanbul'da

■ Intel'in eş sponsor olduğu Dell Kadın Girişimciler Ağı küresel etkinliği, tüm dünyadan önde gelen 150 kadın girişimciyi, iş dünyası liderlerini bir araya getirerek, canlı girişimcilik dünyasındaki en iyi uygulamaları ve deneyimleri birbiriyle paylaşabilecekleri, yalnızca davetlilerin katıldığı bir konferans. Dell, bu yıl ilk kez dünyanın en başarılı kadın girişimcilerin deneyimlerinin dünyadaki herkes tarafından takip edilebilmesi amacıyla etkinliği sanal ortamda da yayınlıyor olacak. Etkinlikte, kadınların sahibi olduğu işletmelerin küresel ekonomi üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekilmesinin yanı sıra etkinlikte hayata geçirilecek olan bu yılın teması 'Geleceğe Yatırım' etrafında birlik sağlanmasını hedefliyor.

Konuşmacılar arasında kadın CEO'lar, şirket kurucuları ve fikir önderleri yer alıyor. Dünya ekonomisindeki önemli trendleri, büyüme stratejilerini ve küresel olarak ekonominin durumunu şekillendiren teknolojilerle ilgili fikirlerini paylaşacak olan konuşmacılar arasında Hillary Clinton'ın eski danışmanı ve özel kalem müdürü Cheryl Mills, BM Vakfı'ndan Elizabeth Gore, Turkish Women's International Network (WIN) Kurucusu Melek Pulatkonak, Intel Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgesi yönetim kurulu üyesi ve TÜSİAD Teknoloji ve İnovasyon grup başkanı Ayşegül İldeniz gibi isimler olacak.

"Meslek okulları dört yıl olsun"

■ İşsiz sayısı 3 milyona dayanan Türkiye'de firmalar kalifiye eleman bulamaktan yakınırken kalifiye eleman yetiştirecek eğitim kurumları ise yetersiz kalıyor. Bazı firmaların ve sivil toplum kuruluşlarının çabaları olduğunu fakat bu çabaların yetersiz kaldığını dile getiren Avrupa Eğitim Kurumları Yönetim Kurulu Başkanı Talip Emiroğlu, "Yasaya eklenecek tek bir madde sorunu çözecektir" diyor. Eğitimde iki önemli unsurun bulunduğunu dile getiren Talip Emiroğlu, şunları ifade ediyor: "Okul öncesi ve mesleki eğitim. Okul öncesi eğitimde son dönemde büyük başarılar elde edildi. Ama mesleki eğitimde aynı durum söz konusu değil. YÖK yasasında MYO ile ilgili hiçbir şey yok. Özellikle vakıf meslek yüksekokulları 4 yıl olmalı Yasada yer alacak tek bir madde ile Türk ekonomisi için çığır açacak bir adım atılmış olur."

Meslek yüksek okullarının cazibesini artırmak için, 'Meslek yüksek okulu iyi bir yeri kazanamayan çocukların gittiği yer' imajının silinmesi gerektiğini vurgulayan Emiroğlu "İş dünyasının da bu konudaki bakış açısını değiştirmesi gerekiyor. Mesleki eğitimi iş yaşamından ayrı düşünemeyiz. İş dünyası ile meslek yüksek okulları birlikte çalışmalı. Şirketler MYO'lar ile anlaşıp öğrencileri bünyelerinde çalıştırmalı" diyor.

KAPAK KONUSU

Burcu Tuvay / btuvay@ekonomist.com.tr

Esnafa nefes aldiracak projeler

Türkiye genelinde gerek ticaret odaları gerekse esnaf odaları tarafından esnafa yönelik büyük bir destek kampanyası başladı. Makro ölçekli işletmelerin gölgesinde sıkıntılar çeken esnaf için çeşitli illerde alışveriş festivalleri düzenleniyor, uygun faiz oranlarıyla krediler veriliyor, en önemlisi de sektörün en büyük sorunu olan kalifiye eleman yetiştirmeye yönelik olarak çırak okulları açılıyor.

Türkiye'de 491 meslek kolunda faaliyet gösteren, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonuna (TESK) bağlı bulunan 13 mesleki federasyon ve 82 birlik bünyesindeki 3 bin 98 odaya kayıtlı yaklaşık 2 milyon esnaf ve sanatkar bulunuyor.

Esnaf, ekonomik kriz, küreselleşmeden kaynaklanan yüksek rekabete uyum sağlayamama, yetersiz sermaye, gelenekçi ticari modeller, proje üretememe, tüketici tercihlerine cevap verememe, işbirliği ve kümelenme kültürünün eksikliği gibi sorunlarla karşı karşıya.

Zira bu sorunların çözümüne yönelik olarak, Esnaf ve Sanatkarlar Değişim, Dönüşüm, Destek (3D) Strateji Belgesi ve Eylem Planı (ESDEP) Yüksek Planlama Kurulunca 2010 yılında kabul edildi.

Her yıl 1 milyon adedin üzerinde mikro kredi kullanılıyor

	Nakdi kredi (Milyon TL)	Müşteri sayısı (Bin adet)
2012	55.194	1.381
2011	54.848	1.193
2010	42.580	1.090
2009	29.198	1.000
2008	33.109	1.080
2007	28.671	937
2006	24.027	1.286

Kaynak: BDDK

* 04.11.2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan yönetmelik ile KOBİ tanımında değişiklik yapıldı. Bu dönemden itibaren KOBİ niteliğindeki işletme sayısı ve bunlara ilişkin kredi tutarları arttı.

Bununla birlikte, KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği bir çerçeve yönetmelik olarak yürürlüğe alındı. Kısa sürede Genel Destek Programı, KOBİ Proje Destek Programı, Tematik Proje Destek Programı, Girişimcilik Destek Programı, Ar-Ge, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı, İşbirliği - Güçbirliği Destek Programı 2010 yılında KOBİ'lerin kullanımına sunuldu. 2011 yılı ortalarında devreye alınan Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı ile yürürlükte olan destek programı sayısı yediye çıkarıldı. Bu programlardan esnaf ve sanatkarlar da yararlanabiliyor.

Zira KOSGEB, 2009 yılına kadar imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelere hizmet ve destek sağlıyordu. Ancak KOSGEB'in, hizmet ve ticaret sektörlerinin de hedef kitesine dâhil edil-



Garanti'den Anadolu'da esnafa özel ürünler

Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, esnafın yer aldığı sektörlerle ve faaliyet alanlarına yönelik özellikleri araştırdıklarını ve bu alanlara yönelik doğrudan ihtiyacı giderecek ürünler tasarladıklarını söylüyor. Esnafa, sadece kimlik belgesi ile bir günde 20 bin TL'ye kadar kredi kullandırdıklarını belirten Karadere, şunları söylüyor:

"Türkiye'de POS sahibi her üç işyerinden birinin tercihi olan üye işyeri ağımlı esnafın ihtiyaç duyduğu her türlü POS hizmetini hızlı bir şekilde sağlıyoruz. Ayrıca bir şirket kartı olan Easy kart kullanıcısı farklı sektörlerdeki esnaf özel POS fiyatlandırmasıyla, Garanti üye işyerleri arasına katılabiliyor, çeşitli avantajlardan faydalanabiliyor. KOBİ'm Garanti'de sigortası ile yangın, hırsızlık, su baskını, cam kırılması, deprem gibi en çok gerçekleşen risklere karşı işyerlerini güvence altına alan işyeri büyüklüğüne göre değişen teminatlı ürünümüzü KOBİ'lerin hizmetine sunduk. İhtiyaca göre 19 TL'den başlayan fiyatlarla 3 farklı limitle küçük işletmelerimizi sigortalıyoruz.

2013 yılında özellikle Anadolu'da faaliyet gösteren esnaf müşterilerimize özel ürün ve hizmetlerle farklı fırsatlar sunmaya başladık. Örneğin yakın zamanda 5 ilde hayata geçirdiğimiz Esnaf'a Fırsat Şenliği kampanyamızla birlikte bu illerdeki esnafımızın her türlü ihtiyacı için fırsatlar sunuyoruz. Finansman ihtiyacı olan esnafımıza 50 bin TL'ye kadar 36 aya varan vadelerle tahsis ücretsiz kredi imkanı, bonus üye işyeri olmak isteyenlere düşük

komisyon oranları, bireysel emeklilik sistemine girmek isteyenlere ise aylık minimum 200 TL ödeme ile yüzde 25 devlet katkısının yanı sıra yönetim gideri kesintisi, giriş ve erken çıkışta ertelenmiş giriş aidatı olmaksızın bireysel emeklilik sistemine giriş imkanı tanıyoruz. Ayrıca tüketicilere sunduğumuz, bonus üye işyerlerinden yapılacak 4 adet 50 TL ve üzeri alışveriş, 20 TL hediye bonus kampanyası ile de bonus üye işyerlerine cirolarını artırma şansı sunuyoruz. Tam anlamıyla fırsat şenliği diyebileceğimiz bu kampanyadan faydalanmaları için esnafımızı 30 Haziran tarihine kadar Garanti şubelerine bekliyoruz. Anadolu'da gerçekleştirdiğimiz bu fırsat şenlikleri yıl içerisinde farklı illerle devam edecek."

KAPAK KONUSU

Esnaf odalarından sorunlara 6 çözüm önerisi

1 Esnaf tanımı en büyük sıkıntılardan biri. Bu sorunun ortadan kaldırılması için Bakanlıkça mesleğin özelliğine göre, çalıştırılan işçi sayısı ve yıllık net satış hâsılatı üzerinden tacir veya esnaf ayrımı yapılabilir. Bu ayrıma göre 10 kişiden az yıllık çalışanı istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu bir milyon TL'yi aşmayan, esnaf olarak değerlendirilebilir.

2 Meslek kolları, detaya göre değil mesleki yakınlıkları dikkate alınarak yeniden belirlenebilir.

3 Oda aidatları Fransa'da olduğu gibi vergi beyanamesinde gösterilebilir ve vergi dairesi tarafından tahsil edilerek odaya aktarılabilir.

4 Fiyat tarifelerinin kim tarafından belirleneceği birbirine zıt kanun maddeleri nedeniyle net olarak ortaya

konulamıyor. 5 bin 362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 62'nci maddesinde, fiyat tarifelerinin bağlı oldukları odalarca hazırlanıp, Birlik tarafından onandığı belirtiliyor. Öte yandan 5 bin 216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununun 7 (f) bendi ile 5 bin 393 sayılı Belediye Kanunu'nun 15 (p) bendi ise bu yetkiyi Belediye'ye veriyor. Bu çelişki düzeltilmelidir.

5 KOSGEB kanalıyla KOBİ'lere sağlan kredi ve hizmetler toplamı bölümlere ayrılabilir. Mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelere ayrılacak kredi oranı eşit şekilde önceden belirlenebilir, dağıtımı da buna göre yapılabilir.

6 Esnaf ve sanatkârın işyerini açma tarihinden başlayarak en az 5 yıl süreyle ticari kazancına sıfır vergi oranı uygulanabilir. 5 yıldan sonra kademeli bir şekilde vergi oranları yavaş yavaş artırılabilir.

mesleyle, daha çok esnaf ve sanatkâra ulaşmaya başlandı. Bu amaçla organizasyonel yapısını yeni döneme uygun hale getiren KOSGEB'in veri tabanında kayıtlı KOBİ sayısı 700 bini aştı ve bu miktarın yaklaşık yüzde 45'ini esnaf ve sanatkârlar oluşturdu. Bunun yanı sıra ticaret odaları ve esnaf odalarının da esnaf üyelerine yönelik hazırladıkları çeşitli projeler bulunuyor.

Esnaf yetiştirmeye yönelik okullardan esnaf şenliklerine, iletişim maliyetlerini düşürecek projelere kadar çeşitli illerde esnafa yönelik topyekün seferberlik ilan edilmiş durumda. Kapak haberimizde esnafa yönelik geliştirilen projeleri araştırdık. Bunun yanı sıra verilen destekleri de haberimizde bulabilirsiniz.

● 8 bin esnafa destek verdi

Esnaf ve sanatkârlara KOSGEB Destek Programları kapsamında 2010-2013 yılları arasında toplam 92 milyon TL destek verdiklerini söyleyen KOSGEB Başkanı Mustafa Kaplan, toplam destekledikleri esnaf ve sanatkâr sayısının

ise yaklaşık 7 bin 900'e ulaştığını belirtiyor.

Son dönemde Girişimcilik Destek Programı dâhilinde yürüttükleri Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri kapsamında Yeni Nesil Esnaf ve Sa-



KOSGEB Başkanı
Mustafa Kaplan

natkârların yetişmesine katkı sağladıklarını ifade eden Kaplan, şöyle devam ediyor:

"Bu konuda Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) ile imzalanan protokol kapsamında, KOSGEB desteklerinin TESK'e bağlı kuruluşlar, üyeleri ve KOSGEB hedef kitlesi içinde yer alan KOBİ'ler tarafından daha etkin kullanılabilmesi ve esnaf-sanatkar adaylarına yönelik girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaştırılması hedefleniyor. Ayrıca, girişimciliğin geliştirilmesini teminen TESK ve bağlı kuruluşlarınca KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin verilmesi ve KOSGEB Yeni Girişimci Desteği'nden yararlandırılması da hedefler arasında."

● Uygulamalı girişimcilik

KOSGEB ve TESK arasında yapılacak işbirliği ile esnaf ve sanatkârların KOSGEB Destek Programlarından daha etkin faydalanmasını sağlamak üzere ortak etkinlikler ve toplantılar düzenlenecek, TESK ve bağlı kuruluşları tarafından KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri verilecek ve bu eğitimleri tamamlayarak eğitime katıldığını belgeleyen, iş planı KOSGEB tarafından kabul edilen ve kendi işini kuran esnaf ve sanatkârlara 30 bin TL'si geri ödemesiz, 70 bin TL'si de geri ödemesiz olmak üzere toplam 100 bin TL limitli KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kullanılabilir.

KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri kapsamında, esnaf ve sanatkârların işlerini kurmadan önce iş fikirlerine yönelik yapılabirlik analizleri ve pazar araştırması çalışmalarına da yer verilecek.

● Yeni nesil esnaf

TESK Başkanı Bendevi Palandöken, eğitimlere büyük önem verdiklerini, bu konuda ulusal ve uluslararası nitelikteki birçok kurumla işbirliği yaptıklarını söylüyor. Hedeflerinin kurulan işletmeler içerisinde esnaf ve sanatkârların oranını artırmak olduğunu dile getiren Palandöken şöyle konuşuyor: "Kursiyerler en az 70 saatlik eğitimden geçecek. Bu eğitimin sonunda iş planları kabul edilen ve işletmelerini kuran esnaf ve sanatkârlara işletmedeki kuruluş masraflarını desteklemek için 30 bin lirası geri ödemesiz, işletmenin makine, teçhizat gibi ihtiyaçlarını karşılamak için de 70 bin liralık sıfır faizli, 2 yıl ödemesiz, 4 seneye yayılan ödeme planı olan kredi sağlanacak."

Böyle bir projenin 40 yıldır hayata geçirilmesini istediğini dile getiren Bendevi Palandöken, "Aldığı eğitimin gereği olarak mesleğini icra edecek esnafı 'yeni nesil esnaf' olarak niteliyoruz. 'Yeni nesil esnaf'ların bilgi ve rekabet kabiliyetinin yüksek olması için çalışıyoruz. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri yeni nesil esnaf ve sanatkarın işyeri açmasına büyük katkı sağlayacak" diyor.

● 130 milyon TL kredi

Kaplan, 2002 yılında esnaf ve sanatkarlar yüzde 47 faizle kredi kullanırken, günümüz itibarıyla bir yıldan kısa vadeli kredilerde yüzde 4, bir yıldan uzun vadeli kredilerde ise yüzde 5 faizle kredi kullanabildiklerini hatırlatıyor. Kaplan, yeni destek programlarına ek olarak, global ekonomik krizden KOBİ'lerin mümkün olduğunca az etkilenmesine yönelik, doğal afetlerden zarar gören esnaf ve sanatkarın korunmasına, ihracatı artırmaya ya da istihdam oluşturmaya yönelik olarak kurguladıkları kredi faiz destek programlarıyla on binlerce esnaf ve sanatkarın çok düşük maliyetli banka kredisi kullanmalarını sağladığını ifade ediyor.

"KOSGEB finansman kredileri kapsamında sadece imalatçı esnafa yönelik uygulanan kredide 5 bin 108 esnafın 130 milyon TL hacminde kredi kullanmasını sağladık" diyor Kaplan, ayrıca, 2008-2013 döneminde uygulanan diğer yatırım, işletme, ihracat kredileri ile birlikte yaklaşık 100 bin esnafın 2,7 milyar TL hacminde kredi kullandığını sözlerine ekliyor.

● Genç esnafı yetiştiriyor

Bunun yanı sıra esnaf odaları ve ticaret odalarının da esnafa yönelik gerek düzenledikleri organizasyonlar gerekse ulusal ve uluslararası girişimleriyle çeşitli destekleri olduğunu söylemek mümkün. Bunlardan biri de İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (İSTESOB). İstanbul'da faaliyette olan resmi kayıtlı 255 bin esnaf ve sanatkarın üst kuruluşu İSTESOB. İstanbul'da İSTESOB'a bağlı 152 oda bulunuyor. Ayakkabıcılar Odası, Bakkallar Odası, Fırıncılar Odası, Berberler Odası, Kuaförler Odası, Mobilyacılar Odası gibi çeşitli meslek gruplarının yer aldığı odalardan üyelere sahip.

İSTESOB Başkanı Faik Yılmaz, her yıl Ahilik haftası kutlamalarının İSTESOB'a bağlı tüm odaların desteğiyle kutlandığını söylüyor. "Gele-



İSTESOB Başkanı
Faik Yılmaz

neklerimizi korumak ve esnaf kültürünü yaşatmak adına bu tür etkinliklere önem veriyoruz" diyor Yılmaz, ayrıca yılın esnaf sanatçısını seçtiklerini, kamuoyunda esnaf imajının desteklenmesi gereken bir değer olduğunu hatırlattıklarını da sözlerine ekliyor.

Ayrıca İSTESOB'a bağlı esnaf, kredi ve kefalet kooperatiflerinden düşük faizlerle kredi alma imkanı kazanıyor. Çeşitli telekom şirketleriyle ve bankalarla yapılan anlaşmalar sayesinde esnaf indirimlerden faydalanıyor. 'Genç Girişimciler Yetiştiriyor', 'Mesleki Eğitim, Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı Merkezi' projeleriyle de esnafa destek olunuyor. Bu projelerle işyerlerinde stajyer, çırak ve kalfa olarak çalışan gençlerin kariyerlerini planlamaları için desteklenmesi, meslek seçimi aşamasında bulunan öğrencileri yönlendirme ve rehberlik desteği sağlanarak mesleki eğitime ilginin artırılması hedefleniyor.

● Çırak okulu kuruyor

Esnafa yönelik olarak çeşitli eğitimler de verdiklerine dikkat çeken Yılmaz, şöyle devam ediyor: "Meslek kolları ile ilgili sürekli yeni yasalar çıkıyor ve mevzuat değişiklikleri odaları harekete geçiriyor. Örneğin, 2013 yılında uygulanmaya başlayan gıda yasası ve denetim şartlarına karşılık hijyen eğitimi bu yılki en belirgin etkinlikler oldu. Bu eğitimler ayrı ayrı meslek grupları için İSTESOB merkez binasında yoğun şekilde düzenlendi. Yine 2013 yılında uygula-

maya konulan İş Sağlığı ve Güvenliği Yasası odaları İSTESOB'un bu yılki baş gündemi oldu. Ve bu konuda odalara verilen eğitimler devam ediyor."

İSTESOB İşletmeler Üstü Eğitim ve Teknoloji Merkezi Okulu'nun açılmasıyla esnafa büyük bir destek sağlayacaklarını ifade eden Yılmaz, Türkiye'de bir ilk olma özelliği taşıyan bu okulla birlikte, çeşitli sektörlerde çıraklar kazandıracaklarını, okulda aynı zamanda kaybolan mesleklerin yer aldığı bir müze açacaklarını belirtiyor.

İzmir'in esnaf lisesi

Esnafa destek veren odalardan biri de İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (İESOB). İl çapında 129 meslek odasını ve bu odalara kayıtlı aktif 144 bin esnaf sanatkarı çatısı altında toplayan İESOB, eğitim çalışmaları başta olmak üzere birçok projeye imza atıyor. Türkiye'de, bir esnaf birliğinin adını taşıyan ilk ve tek esnaf lisesi olan, İESOB Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi, hizmete girdiği 2006 yılından bu yana

Odalardan esnafa tavsiyeler

- 1 Yatırım, üretim ve stok kararlarınızı gerileyen talebe göre alın.
- 2 Düşük stok ile çalışmaya önem verin.
- 3 Çek ve senet kullanımı yerine olabildiğince peşin çalışmaya özen gösterin.
- 4 Kredili işlemler mümkün olduğunca enflasyonun ve faizlerin düşme eğiliminin görülmeye başladığı yılın ikinci yarısına bırakılmalı.
- 5 Döviz geliri olmayanlar dövizle borçlanmamalı.
- 6 Üyeler faaliyet gösterdikleri alanlarda mesleki ve sektörel değişimleri yakından izlemeli, meslek içi eğitime ve vizyon yenilenmesine daha fazla önem vermeli.

KAPAK KONUSU

eğitim faaliyetlerini sürdürüyor. İESOB, Milli Eğitim Müdürlüğü ile mesleklerin tanıtılması, eğitim hizmetleri, akademik becerilerin artırılması, teknolojik gelişmelerin aktarılması konularında işbirliği protokolleri imzalamış.

Her yıl Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından yapılan, mesleki teknik eğitim öğrenci veya kursiyerlerine girişimcilik, bilimsel düşünme ve yaratıcılık kazandırılmasını hedeflediklerini söyleyen İESOB Başkanı Zekeriya Mutlu, ayrıca Ar-Ge ve eğitim yapan meslek odalarına da destek verdiklerini belirtiyor.

● Almanya'dan bilgi transferi

AB üyesi ülkelerle teknolojik entegrasyonun sağlanması, İzmirli esnaf sanatkarların mesleki yenilikleri takip ederek gerekli donanımın kavuşması için, Almanya'dan Münster Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ile başlatılan teknolojik eğitim-bilgi alışverişi yaptıklarını belirten Mutlu, şu bilgileri veriyor:

"Ayrıca Dokuz Eylül Üniversitesi İş Sağlığı ve Uygulama Merkezi (İSAMER) ve İESOB'nin ortak çalışması ile iş sağlığı ve güvenliği kültürünün oluşturulması ve güçlendirilmesi hedefleniyor. İSAMER'in bu kapsamda iş sağlığı ve güvenliği alanında eğitimler verecek. İzmir Kalkınma Ajansı ile de Bir Elin Nesi Var-Kümeleme' projesi, Yeşil Ev projesi, Oto Sanayi, Mobilya, Metal İşleri, Döküm Küçük Sanayi Siteleri Araştırma Çalışması' projesi, Ebruli projesi, Alo Esnaf İzmir projelerimiz mevcut."



İESOB Başkanı
Zekeriya Mutlu



Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı
Mustafa Kuvvet

● Uşak'ta alışveriş festivali

3 bin 500 üyeye sahip Uşak Ticaret Odası da esnafa destek veren kurumlardan biri. Odanın başkanı Mustafa Kuvvet, üyelerinin yüzde 62'sinin tacir ve esnaftan oluştuğuna dikkat çekiyor. 2013 yılında 'Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Alışveriş ve Tanıtım Festivali' adı altında 650 firmanın katılımı ile şenlik düzenlediklerini söyleyen Kuvvet, önümüzdeki yıl da bu etkinliği, kapsamını arttırarak yapacaklarını ifade ediyor. Bunun yanında tacir ve esnaf üyelere yönelik nefes aldırarak yeni proje üzerinde çalıştıklarını belirten Kuvvet, şunları söylüyor:

"Bunun yanında Uşak ürünleri ile ilgili de çalışmalarımız olacak. 2013 yılında düzenlediğimiz Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Alışveriş ve Tanıtım Festivali, 41 günde 141 bin 484 çekiliş kuponu, 2 bin kişilik konser bileti ile 8.4 milyon TL üzerinde satış rakamına ulaştığımız büyük bir organizasyon oldu. Burada özellikle sponsorlarımız olan Garanti Bankası, TÜPRAG, Coca Cola firmalarına teşekkür etmek istiyorum. En sevindirici olanı da bölge illerimizin de bizden alışveriş şenliği ile ilgili destek alması ve bizim şenliğe benzer şenliği yapmaları oldu. Önümüzdeki yıl ilginin daha da fazla olacağını düşünüyoruz."

● Kalifiye eleman yetiştirecek

Esnafımıza yönelik yeni projeler geliştirdiklerini ve en kısa sürede uygulamaya başla-

yacaklarını bildiren Kuvvet, çarşıda yaşanan durgunluğu dönemsel olarak değil yıla yayarak çözmeyi hedeflediklerini kaydediyor.

Bunun yanında yerel ürünlerle ilgili bir çalışma yapacaklarını vurgulayan Kuvvet, "Esnafımızın önündeki en büyük sıkıntının mesleki eğitimdeki büyük eksiklik olarak görüyorum. En önemli çalışmalarımızdan bir tanesi de esnaf ve sanayicilerimizin kalifiye eleman ihtiyaçlarını çözmek olacak. Bu konuda mesleki eğitim projelerine ağırlık veriyoruz, mesleki eğitim kompleksi kurma çalışmalarına başladık" diyor.

Vodafone'dan esnafa özel tarife

Vodafone İş Ortağım ile esnaf ve sanatkarlar için bir kampanya başlattı. Vodafone İş Ortağım çatısı altında esnaf için hazırlanan 'Esnaf Avantaj Tarifeleri'ni kullanan esnaf, birbiriyle ücretsiz konuşurken, tarifeye katılan yakınları da ücretsiz konuşma hakkını kazanıyor.

Vodafone Esnaf Avantaj tarifelerinde, 12 fatura dönemi taahhüt veren esnaf 1 TL ekstra ücret karşılığında mevcut tarifelerindeki dakikalar, SMS'ler üçe katlanırken, data içeren tarifelerde iki kat data limiti seçeneği sunuluyor. Vodafone CEO'su Serpil Timuray, ülkenin sürdürülebilir bir zeminde kalkınmasının yolunun, iş dünyasının daha yenilikçi ve verimli hale gelmesinden, rekabetçiliğini artırarak büyümesinden geçtiğini düşündüklerini söylüyor. Timuray, "Vodafone Türkiye olarak bu itici gücün iletişim ve teknoloji ihtiyaçlarına yanıt vermeye çalışıyor ve şirketlerimizi dolayısıyla ülkemizi bu yolculukta hep daha ileriye götürmek için faaliyetlerimizi düzenliyoruz" diyor.

SATIN ALMA

Meleklerin ilk yatırımı telefonkilifim.com'a

Melek yatırım fonu BIC Angel Investments'ın ilk yatırımı telefonkilifim.com'a oldu. 200 bin TL'lik yatırım alan telefonkilifim.com'un hedefi yurt dışı pazarlara açılmak.

Girişimcilere fırsat sunmak üzere yola çıkan melek yatırım şirketi BIC Angel Investments, değerlendirmeye aldığı 130 projenin içinden telefonkilifim.com ile anlaştı. İlk aşamada yapılan maddi yatırım 200 bin TL oldu. Telefonkilifim.com aldığı destek ile alt yapısını güçlendirerek müşterilerine üst düzeyde hizmet sunacak. Orta vadede yüzde 40'lık pazar hedefine ulaşmayı hedefleyen telefonkilifim.com ürün yelpazesini genişleterek yurtdışına açılmayı planlıyor.

Ocak 2012'de kurulan Telefonkilifim.com internet üzerinden kişiye özel telefon kılıfı üretimi, koleksiyon ürünler, perakende satışa yönelik seri üretim ve teknoloji geliştirme alanlarında hizmet sunuyor. www.telefonkilifim.com kişiye özel telefon kılıfı üretimini Türkiye'de ilk yapan firma.

Yenilikçi bir iş modeli

BIC Angel Investments Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Joachim Behrendt, şimdye kadar görüştüğüleri 130'un üstünde proje arasından girişimci ekibin potansiyeli, iş modeli ve elde edilen başarılar ve hedeflenen pazar anlamında en beğendikleri projelerden bir tanesinin telefonkilifim.com olduğunu söylüyor.

Bu ekiple sinerji yaratabilecek ve katkı sağlanabilecek birçok alanın bulunduğunu düşünerek yatırım yapma kararı aldıklarını belirten Behrendt, şöyle devam ediyor:

"Telefonkilifim.com BIC olarak gerçekleş-



tirdiğimiz ilk yatırım oldu ve hızlı bir şekilde yatırımlarımızı sürdürmeyi planlıyoruz. Verdiğimiz aktif destek, yönetim tecrübesi paylaşımı, şirketin kurumsallaşması ve alt yapının da güçlendirilmesiyle beraber telefonkilifim.com'un pazarda yüksek bir performans göstermesini hedefliyoruz."

'Türkiye'de tasarlandı ve üretildi'

Telefonkilifim.com'un kurucu ortakları ise Bulut Akışık ve Mert Özdal. Uzun süren yenilikçi proje çalışmalarının bu şekilde destek görmesinin Türkiye'den çıkacak bu tarz girişimciler adına umut verici olduğunu belirten Akışık, şu bilgileri veriyor:

"Özellikle BIC Angel Investments gibi bir kuruluş tarafından desteklenen ilk proje olmak da bizim adımıza büyük bir gurur kaynağı oldu" diyor. Şu ana kadar her girişimcide olduğu gibi yenilikçi fikir ve azmi kapital ile birleştirme sıkıntısı yaşadıklarına dikkat çeke Akışık ise bu şekilde işbirlikleri ile alınan desteklerin girişimciye hem yeni bir soluk hem de daha geniş bakış açısı kazandırdığını sözlerine ekliyor.

Özdal, "Şu ana kadar yaptığımız bütün çalışmalarda aynı imzayı kullandık; 'Türkiye'de tasarlandı ve üretildi.' İnaniyoruz ki BIC ile işbirliğimiz ile ürün ve teknolojilerimizi sadece Türkiye değil tüm dünyaya "Türkiye'de tasarlandı ve üretildi" parolası ile yayma şansı yakalayacağız."

3 alanda destek

BIC Angel Investments maddi yatırımın yanı sıra strateji ve iş geliştirme desteği, teknoloji ve tasarım alanında destek verecek. Ayrıca uluslararası standartlarda muhasebe, insan kaynakları ve hukuk danışmanlığı hizmeti sunulacak. İlk aşamada yapılacak maddi yatırımın toplam boyutu 200 bin TL. Destek verilecek alanlar arasında öncelikli olarak web sitesi, mobil uygulama, dijital pazarlama, halkla ilişkiler, şirket performans takibi, iş geliştirme yer alacak.

Yabancı sporculara 'doping' verecek!

TÜBİTAK'tan aldığı destekle Türkiye'nin ilk sporcu beslenme ürünlerini üreten Kavi Gıda, rotayı yurt dışına kırdı. Yeni yatırımıyla üretim kapasitesini artıran şirket, 'Hardline' markasıyla Türkiye'nin yanı sıra Orta Asya, Kuzey Afrika ve Türki Cumhuriyetler'de büyüyecek.

Türkiye'de son birkaç yıldır spor pazarı hiç olmadığı kadar hızlı büyüyor. Neredeyse her gün yeni bir fitness salonu açılıyor, sokaklara özel spor alanları yapılıyor, spor ürünlerin satıldığı mağazaların sayısı her geçen gün artıyor. Spor ürünleri pazarının son dönemde büyüyen alanlarından biri de sporlara özel geliştirilen beslenme ürünleri. Spor yapan insanların enerji ihtiyacını karşılayan ve kaslarını besleyen takviye ürünlere talep artıyor.

Türkiye'de bu alandaki boşluğu gören şirketlerden biri de Kavi Gıda. 1996 yılında Türkiye'de henüz bu ürünlerin bilinmediği bir dönemde Kemal Taşhan, vücut geliştirme sporu ile ilgilenen kayınbiraderi Serhat Keçeci'yle ithalat yapmaya karar veriyor. İkili ürün ithal etme izinleri için Tarım Bakanlığı'nın yolunu aşındırmaya başlıyor. Taşhan, bu süreçte bakanlıktan izin alabilmek için ürünleri en ince ayrıntısına kadar inceleyerek hammaddesinden formülasyonuna kadar tüm detayı öğreniyor.

Üretime 2003'te başladı

2000-2002 yılı arasında bu ürünlerin tabiki Tarım Bakanlığı'ndan Sağlık Bakanlığı'na geçiyor ve mevzuat daha da karmaşıklaşıyor. O dönemlerde bu tarz ürün ithalinde mevzuatta en fazla bir yıllık izin verilirken, Kemal Taşhan üretim izninin 10 yıllık verildiğini öğreniyor ve ürünleri iyice tanıdığı ve daha iyi-



sini üretebileceği inancıyla üretici olmaya karar veriyor. Böylece 2003 yılında Kavi Gıda'yı kuruyor. 500 metrekairelik İstanbul-Maltepe Küçük Sanayi Sitesi'ndeki üretim yerinde, 50 bin dolarlık makine yatırımı yaparak Hardline adını verdiği markasıyla, Türkiye'nin ilk sporcu beslenme ürünlerini üretmeye başlıyor.

TÜBİTAK'tan destek aldı

Bu süreçte yüksek proteinli bar ürününü Türkiye'de ilk defa üretmek için TÜBİTAK'a baş-

vuruda bulunuluyor. Şirket, ürün içeriği, tedarikçi seçimi, üretiminin her aşaması, makine parkurları, makinelerin sahip olması gereken özellikleri, son ürünün mikrobiyolojik değerleri, analiz metodları ve tüm bunların uygulaması için gerekli olan laboratuvar cihazlarını içeren, ayrıca proteinler konusunda bilgi veren bir proje geliştiriyor. TÜBİTAK komisyonundan geçen proje, üniversitelerin konu ile ilgili profesörleri gözlemci olarak ağırlamasının ardından TÜBİTAK tarafından onaylanıyor. Böylece TÜBİTAK destekli Ar-Ge merkezi 2010 yılında 400 bin TL yatırımla kuruluyor.

İlk başladıkları 2003 yılında ayda 200 kutu olan satışlarını bu yıl itibarıyla ayda 12 bin adede çıkaran Kavi Gıda, 1 milyon TL'lik yatırımla bin 500 m2'lik yeni fabrikasına geçmeye hazırlanıyor. Büyüme hedefleri doğrultusunda yeni yatırım yapan şirket, kapsül, tablet, toz ve sıvı formda olan ürünlerden tek vardiyada yılda bin ton civarında olan üretimini yeni yatırımlarla 10 katına çıkartmayı planlıyor.

Hedef ihracat

Türkiye pazarında 2012 yılında yüzde 20 büyüyen şirket, Orta Asya, Kuzey Afrika ve Türki Cumhuriyetler'e açılmayı planlıyor. Kapasite artırımıyla özellikle yurtdışından gelen taleplere daha hızlı yanıt vermeyi hedeflediklerini söyleyen Kavi Gıda Genel Müdürü Kemal Taşhan,



KEMAL TAŞHAN

bu tarz ürünlerin sadece yurt dışından ithal edildiği ve giderek artan ithal markanın arasından sıyrıldıklarını söylüyor. Kısa ve uzun vadeli hedeflerini şu şekilde açıklayan Taşhan şöyle devam ediyor: "Hardline markasını yabancı dilde özellikle seçtik, ileride yurt dışına kendi markamızla kendi ürünlerimizi satarız diye dü-

şünmüştük. Şimdi düşündüklerimiz gerçek oldu. Kendi markamızla özellikle İran başta olmak üzere Orta Doğu ülkelerine ürünlerimizi satıyoruz."

Şirketin şimdiki hedefi bu bölgeleri kapsayacak bir yurt dışı bayiliği vermek ve bu bölgelerde kendi satış noktalarını açmak. Kemal

İthal ürünlere göre ucuz

İthal ürünlerin ağırlıklı olduğu bir pazarda Kavi Gıda'nın en büyük avantajlarından biri fiyat. İthal ürünlere göre yüzde 15 ile 40 arasında fiyat avantajı sunduklarını belirten Taşhan şöyle devam ediyor: "Kalite olarak dünyanın en kaliteli ve patentli hammaddelerini kullanmaktayız. Helal ürün üretmekteyiz ve etiket bilgilerimiz ile içeriğimiz yüzde 100 aynı." Ürünlerin spor yapan insanların enerji ihtiyacını karşılayan, kaslarını besleyen takviye ürünler olduğunu söyleyen Taşhan, ürünlerin doping ve benzeri zararlı maddeler ihtiva etmediğini belirtiyor. Sporcular takviye ürünler arasında özellikle yağları enerjiye çeviren L-Carnitine içeren ürünler, kasları destekleyen protein tozları ve kasların hacimlenmesi ve özellikle kilo almada kullanılan enerji bileşenleri içeren kompleks ürünleri tercih ediyor.

Taşhan, 2013'te yüzde 100 büyümeye hedeflediklerini söylüyor.

Yeni bayilikler verecek

Türkiye'de ürünlerini e-ticaret sitelerinde ve bölge bayileri aracılığıyla ağırlıklı spor salonlarında satan Kavi Gıda, yurtdışı yapılanmasını oluştururken paralelinde Türkiye satış ve pazarlama ağını güçlendirmeyi hedefliyor. Şu anda 7 bayi 400 satış noktası bulunan şirket, bir yıl içinde bin 500 satış noktasına ulaşmayı hedefliyor. Yeni bölge bayileri vermeyi, Migros gibi yer zincir market satışlarını artırmayı ve özellikle eczanelerde yer almak istediklerini belirten Taşhan, "Ayrıca atletizimcilerden, bilek güreşi sporcularına, motorsiklet yarışçılarından, vücut geliştirenlere kadar imkanı olmayan bir çok sporcuya sponsorluklarımız ve kurumsal firma çalışanlarının katıldığı Hardline Basketbol Ligi gibi organizasyonlarla da spora katkılarımız devam edecek" diyor.

RAKIA'dan gıdada yatırım fırsatı



Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki (BAE) yedi emirlikten biri olan Ras Al Khaimah'ta bulunan RAKIA Serbest Bölgesi, gıda yatırımcıları açısından oldukça cazip bir merkez.

Vergi muafiyeti, ulaşım avantajı, yabancı çalışanlar sayısında herhangi bir kısıtlama ve bürokratik formalitenin olmaması gibi avantajlarıyla yatırımcıların iştahını kabartan RAKIA Serbest Bölgesi, özellikle gıda alanındaki fırsatlarla yatırımcıları cezbediyor.

Ortadoğu, Hindistan ve Afrika pazarına açılmak isteyen Türk yatırımcıları için bir üs olan RAKIA Serbest Bölgesi'nde iş yapmak isteyen yatırımcılara ise RAK Yatırım Otoritesi yol gösteriyor.

RAK Yatırım Otoritesi

RAK Yatırım Otoritesi Genel Müdürü Peter Michael Schuster, HH Şeyh Suud Bin Saqr Al Qasimi tarafından 2005 yılında RAK'a yatırımları teşvik etmek amacıyla RAK Yatırım Otoritesi'nin kurulduğunu belirtiyor.

Bölgede cazip yatırım alanlarının başında

Ortadoğu, Hindistan ve Afrika pazarına açılmak isteyen Türk yatırımcıları için bir üs olan RAKIA Serbest Bölgesi'nde yatırım yapılabilecek cazip alanların başında gıda sektörü geliyor. Bölge, vergi muafiyeti, ulaşım avantajı, yabancı çalışanlar sayısında herhangi bir kısıtlama ve bürokratik formalitenin olmaması gibi birçok avantaj sunuyor.

gıda sektörünün geldiğini söyleyen Schuster, diğer cazip yatırım alanlarını ise duvar kaplama maddeleri, alçı ürünleri, piller, sentetik reçineler, deterjanlar, anti-korozyon malzemesi, yapıştırıcılar, yapı kimyasalları, özel kimyasallar, anti oksidanlar olarak sıralıyor.

Ticaret hacmi 10 milyar dolar

Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye arasındaki ticari ilişkilerden bahseden Schuster, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE)'nin, 2004 - 2011 yılları arasındaki yatırımlar ele alındığında bütün Körfez ülkeleri içinde yüzde 56 pay ile Türkiye'nin bölgedeki en önemli ticari ortağı olduğuna dikkat çekiyor.

BAE'nin 97.8 milyon varil ile dünyanın yedinci en büyük kanıtlanmış petrol rezervlerine ve 214 trilyon feet küp ile de altıncı büyük kanıtlanmış doğalgaz rezervlerine sahip olduğunu kaydeden Schuster, BAE'nin ticaret ve alışveriş için küresel bir merkez olduğunu söylüyor.

Üç yıl önce 2015 yılı için konulan 10 milyar dolarlık karşılıklı ticaret hacmi hedefinin 2012 yılında geçildiğini vurgulayan Schuster, 2015 yılında ticaret hacminin 15 milyar dolara ulaşacağı tahmin edildiğini kaydediyor. Schuster, günümüzde BAE'de 600'ü aşkın Türk şirketinin ticaret, petrol, inşaat, lojistik, güvenlik ve tıbbi ürünler alanlarında faaliyet gösterdiğini de sözlerine ekliyor.

Yatırımcılara sunulan 9 avantaj

1. Satış, kurumlar ve kişisel gelir vergilerinden muafiyet
2. Rakia Serbest Bölgesi'nde kurulan şirketlere yüzde 100 yabancı mülkiyeti
3. Elde edilen gelirin ve kârın yüzde 100'nün istendiği gibi ana vatana transfer edilebilmesi
4. Birçok ülkeyi kapsayan serbest ticaret anlaşmalarından faydalanabilmek
5. Ortadoğu, Asya ve Afrika'ya çok iyi kara, hava ve deniz bağlantıları
6. Arazi, depo, modern ofisler, işçi konaklama alanları gibi imkânları uzun vadeli uygun fiyata leasing şansı
7. Rakia Sanayi Parklarının kendi Enerji Üretim Tesisleri'nden kesintisiz enerji
8. Dubai'ye karadan 45 dakikalık uzaklık
9. Yabancı çalışanlar sayısında herhangi bir kısıtlama olmaması



Chrysamed kozmetik de üretecek

İğdir'da başlayan hayat hikayesini, tek başına ve tamamen kendi şartlarıyla Almanya Hamburg Üniversitesi'nde mühendislik okuyarak sürdüren Yusuf Aktaş, geliştirdiği formülle Chrysamed'i yaratarak bugün dünyanın pek çok ülkesinde tanınan bir haşere markasının sahibi oldu. Halen Avusturya'da yaşayan Aktaş, 2008 yılında İzmir Torbalı'da 14 bin 300 metre kare kapalı alanda 15 Milyon Euro'luk bir yatırımla fabrika kurdu.

Şu anda yaklaşık 100 kişinin çalıştığı fabrikada 200'ün üzerinde ruhsatlı ürün çeşidi üretiliyor. Chrysamed bu kadar ürünü bir arada ya-

şırdırlı Yusuf Aktaş'ın kasımpatı özünden geliştirdiği su bazlı haşere ilacı 'Chrysamed', Avrupa'nın iyi tanıdığı bir marka. İzmir'deki fabrikasında Avrupa'ya ihracat yapan Aktaş, yeni girdiği iç pazardan ise 50 milyon TL hedefliyor. İzmir'de 10 milyon Euro'luk yeni bir yatırıma soyunan girişimci, zirai ilaç, kimyevi ve organik gübre ve kozmetik üretecek.

pan Türkiye'de ve Avrupa'da tek firma olma özelliğini taşıyor. Şu anda cirolarının önemli bir bölümünü ihracatın oluşturduğunu ve ihracatın bü-

milyon Euro'luk yeni bir yatırımla ikinci fabrikalarını kurduklarını sözlerine ekliyor.

20 ülkeye ihracat yapacak

Ağırlıklı olarak AB ülkelerine ihracat yaptıklarını dile getiren Aktaş, şu anda 10 ülkeye satışları olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Bu yıl ihracatta yeni bir yapılanmaya gittik ve ihracat yaptığımız ülke sayısını 20'ye çıkarmayı hedefliyoruz. Amacımız özellikle Türkiye Cumhuriyetler, Ortadoğu ülkeleri ve Afrika pazarına açılmak. Biz daha çok AB ülkelerine ürünlerimizi satıyoruz. Dünyada her an 4 mevsim yaşanıyor. Türkiye'de kış olduğunda bazı ülkelerde yaz oluyor. Biz de bu şekilde dengeleme yapmak istiyoruz. Avrupa'ya yaptığımız ihracatı yeni ülkelere zenginleştireceğiz. Türkiye'de iç pazarda farklı bölgelerde 12 satış temsilciliğimiz var. Eczane ve market kanalında güçlüyüz."



YUSUF AKTAŞ

yük çoğunluğunun da Almanya'ya yapıldığını belirten Chrysamed Kimya kurucusu Yusuf Aktaş, "ihracat yapıyoruz, ithalatı önüyoruz. Avrupa'nın teknolojisini alıp yatırımı Türkiye'de yaptık. Hala da yatırım sürecimiz devam ediyor. Avrupa'da her şey yolunda giden bir düzeneğim varken, yine de vatanıma duyduğum sevgimden dolayı burada da yatırım yapmak istedim. Türkiye'de bu yıl 50 milyon TL'yi yakalamayı hedefliyoruz" diyor.

Aktaş, İzmir'de haşerenin yanı sıra zirai ilaç, kimyevi ve organik gübre, kozmetik üretimi yapmak için yeni bir yatırıma da soyunduklarını 10

Yüzde 40 büyüyecek

Haşereyi zehirleyerek değil, sinir sistemini etkileyerek uzaklaştıran ve yok eden su bazlı haşere ilaçlarını patentli Chrysa teknoloji ile üreten Chrysamed Kimya, sürdürdüğü Ar-Ge çalışmalarını portföyüne yeni ürünler ekliyor. Chrysamed İnsektisit ürünüyle dokuz tür haşereyle mücadele etmeyi başaran firma, bu yıl ise hamamböceği jeli, fare pastası,

kedi ve köpeği uzaklaştıran Bi-git Kedi, Bi-git Köpek ürünlerini de pazara sundu. Geçtiğimiz yıl yüzde 15 büyüme ile kapatan ve bu yıl yüzde 40'lık büyüme hedefi koyduklarını söyleyen Aktaş, kozmetik sektörüne yönelik Ar-Ge çalışmalarına da başladıkları belirtiyor. Aktaş şunları ekliyor: "Bunun dışında son dönemde kozmetik sektörüyle ilgili Ar-Ge çalışmalarımız devam ediyor. Birkaç ürün geliştireyoruz. Bizim temel amacımız Chrysa teknolojisini farklı sahalarda uygulayarak yeni ürün grupları meydana getirmek. Kozmetik ürünler konusunda 2014'ün başında lansman yapabiliriz."

ETKİNLİK

“Girişimci Kulübü” Jeff Hoffman’ı ağırladı

Avea, Capital & Ekonomist Dergileri ve TOBB Genç Girişimciler Kurulu işbirliği ile hayata geçirilen; Türkiye’de girişimciliği özendirme ve destekleme misyonuyla faaliyet göstermeyi hedefleyen “Girişimci Kulübü”; üyelerinin katılımı ile ilk toplantısını geçen hafta İstanbul’da gerçekleştirdi.

Avea CEO’su Erkan Akdemir, TOBB Genç Girişimciler Kurulu Başkanı Ali Sabancı, Yemeksepeti.com Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü Nevzat Aydın (Girişimciler Derneği Başkanı) ve Capital & Ekonomist Dergileri Yayın Direktörü M. Rauf Ateş’in katılımı ile gerçekleştirilen toplantının ana konuşmacısı; 2010 yılında Ulusal CEO Konseyi tarafından “Yaşam Boyu Girişimcilik Başarı Ödülü”ne layık görülen, Priceline.com’un kurucusu ve CEO’su Jeff Hoffman oldu. Toplantıya, çoğunluğu kadın girişimci 200’ün üzerinde katılımcı izledi.



avea

GİRİŞİMCİ KULUBU
Capital | avea | Ekonomist



JEFF HOFFMAN



ALİ SABANCI



ERKAN AKDEMİR



OVIDIU BUJOREAN



NEVZAT AYDIN



M. RAUF ATEŞ



TOPLANTI SONRASINDA EFF HOFFMAN EKONOMİ BASINIYLA BİR ARAYA GELDİ



Profesyonelliği bırakıp çiçek tasarlamaya başladı

Parlak kariyerini bırakarak kendi çiçek tasarım atölyesini kurmaya karar veren Ayça Paksoy Sözen, Penny Blooms&Beans isimli mekanında çiçek ve kahveyi birleştiriyor. Sözen'in hedefi tasarım atölyeleri ve çeşitli çalışmalarla Türkiye'de çiçek tasarımını geliştirmek.



Büyük şehirlerde yaşayıp, plazalarda çalışan pek çok kişinin son dönemde en sık duyduğu ve kurduğu cümle belki de "Kendi işimi kurmak istiyorum", "Başka bir şeyler yapmalıyım ama ne?" oluyor.

Bu soruyu kendine sorup harekete geçebilen cesur girişimci sayısı ise çok az. Bunlardan biri Ayça Paksoy Sözen. Üniversite eğitimini Towson University (Maryland) ve Yeditepe Üniversitesi İşletme Bölümleri'nde tamamladı. Sabancı

Üniversitesi'nde Executive MBA programını bitirdi. Türkiye'nin önde gelen ve sektörlerinde bölgesel lider olan grup şirketlerinde stratejik planlama ve başkanlık ofisi dış ilişkiler görevlerini yürüttü.

Pek çok kişinin özendiği bir kariyeri olmasına rağmen kalbinin sesini dinledi Ayça Paksoy Sözen. Kendisine mutluluk veren bir iş yapmaya karar verdi. "Herhangi bir zamanda bir tek yaprak bile size renğiyle ve formuyla mutluluk vere-

biliyor. Doğayı ve çiçekleri her zaman sihirli buldum... Sabahları mutlu uyanan biriyim... Ve beni zor bir gün beklese de bu mutluluğum her zaman çiçeklerle ve kahveyle enerjiye dönüşüyor" diyen Sözen, kesme çiçek tasarlama ve bunu profesyonel olarak yapma kararını ise kendi düğün hazırlıkları sırasında projelendirdi.

New York'ta eğitim aldı

Çiçek tasarımı yapma fikrini sakini bir mekanda, kalabalıktan uzak bir atmosferde yaratılmış kahve keyfiyle birleştirmeye karar verdi. İş planını oluştururken de bu iki konuyu bir arada ele

Çiçek pazarı büyüyor

Her yıl ortalama yüzde 6-7 büyüyen global çiçek pazarının büyüklüğü bugün 100 milyar ABD dolarına ulaşmış durumda. Ekonomik daralmalarla hızı kesilse de sektör bu dönemlerin ardından büyüme ivmesini yakalıyor. Özellikle büyük şehirlerde kesme çiçek sektörünün hızla geliştiğini söyleyen Sözen, "Bu gelişim hem sektöre olan ilgiyi hem de çiçek tasarımındaki çeşitliliği besliyor" diyor.



alacağı bir konsept geliştirdi. Birbirini tamamlayabilen bu iki ürünü bir arada sunabilecek bir atmosfer yaratmak üzere hazırlıklara başladı. Öncelikle teknik bilgi sahibi olmak için kesme çiçek tasarımı eğitimi alabileceği okulları araştırdı. Sonrasında bu eğitimi pekiştirmesi için alanında isim yapmış lider tasarımcıların workshop'larını inceledi. Sonunda kendisi için en doğru adresin New York olduğuna karar verdi ve Flower School NY'da çiçek tasarımı okudu. Kısa bir süre önce Türkiye'ye dönerek Penny Blooms&Beans'i kurdu.

Çiçek hayatın parçası olmalı

Ayça Paksoy Sözen'in tek amacı çiçek tasarlamak ve satmak değil. Türkiye'de çiçek almak için insanların özel bir sebebe ihtiyaç duyduğunu söyleyen girişimci sözlerine şu şekilde devam ediyor: "Çiçek almak için özel bir gün, bir amaç belki... Oysa ki Avrupa'nın bir parçasıyız ve bu kıtada bu kültürde çiçek günlük hayatın bir parçası. İşinden çıkıp evine giderken insanlar yollarını değiştirip çiçeklerini alıyorlar. Veya birçok evin ve ofisin düzenli çiçek siparişleri var. Bizim için bu düzen eğer ailelerimizden gelmişse devam ediyor yaşıyoruz. Ama gelmemişse çoğu zaman ihtiyacını duymuyoruz."

Girişimcinin amacı çiçeklere günlük hayatta özel günler haricinde de yer açmak. Bunun için atölye çalışmalarıyla çiçek tasarımı öğretmek, bazen de adette, demetle tasarlanmadan alarak yaşanan ortamlara veya hayatımızdaki insanlara götürerek ve göndererek yapmak istiyor.

Her tarza göre tasarım var

Penny Blooms&Beans de farklı zevk ve tarzlara hitap edebilecek tasarımlar bulunuyor. Penny'de elde gidecek ufak bir buket çiçek veya toplantı odasına hayat verecek büyük ve yüksek bir tasarım veya evinizde salonunuz için bir tasarım ya da çalışma masanızda farklı bir vazoya tasarlanmış bir çiçek bulabiliyorsunuz.

Çiçek almanın veya göndermenin bir ritüele dönüşmesi ve daha fazla keyif vermesi için mekana kahveyi ekleyen Sözen, kalabalıktan uzak sakin bir mekanın eksikliğini gidermek için atölyede çiçek ve kahveyi aynı ortamda sunuyor. Çiçeklerde olduğu gibi kahve de atölyeye uğrayarak içilebiliyor veya çekirdek olarak adrese teslim ediliyor. Sözen uzun yarattığı bu tarzı ve atmosferi kendi girişimiyle veya zamanda kurduğu sağlam işbirlikleriyle farklı lokasyonlara taşımayı hedefliyor.

Workshop'lar düzenleyecek

Mayıs ayında Sözen'in mezun olduğu Flower School NY Kurucusu ve Başkanı Eileen Johnson ve tasarımcılarından Lewis Miller Türkiye'de bu yıl üçüncüsü düzenlenen Maison Francaise Çiçek Atölyesi'ni düzenlemek üzere Türkiye'ye davet edildiler. Tasarımcıların FSNY mezunu olması ve lokal pazarı da bilmesi sebebiyle bu süreçte Penny ile birlikte çalışmak istediklerini belirten Sözen, şöyle devam ediyor: "Mayıs ayında düzenlenen Maison Francaise Çiçek Atölyesi büyük ilgi gördü ve çok başarılı geçti, bu nedenle bu süreçte kurulmuş olan kolektif çalışmayı tekrarlamak istedik. Ve Lewis Miller ile birlikte Temmuz ayında Penny Atölye'de dört tane workshop yapmaya karar verdik." Girişimci orta vadede farklı şehirlerde ve ülkelerde güçlü iletişimi olan tasarımcılarla birlikte workshop çalışmalarını çeşitlendirmek ve artırmak istiyor.

Çiçek tasarımında ipuçları

Çiçeklerin uzun ömürlü olması ve kısa sürede solmaması çok önemli. Bu nedenle Penny'ye tüm kesme çiçekleri Hollanda ve Türkiye'nin farklı yerlerinden seçilerek geliyor. Sadece belli bir tarzı yansıtması değil, tasarımın müşterinin tarzını ve tercihlerini yansıtması çok önemli. Gönderilen çiçek tasarımı gittiği adresin, ortamın bir parçası olmalı. Tasarım kendi rengi ve formuyla girdiği ortama ait olabilmeli. Ayça Paksoy Sözen, "Penny'de çiçekleri bu bilinçle seçtiklerini ve tasarladıklarını söylüyor.

Perakendeciye 'markalaşma' desteği

Alışverişin Sherlock Holmes'i olarak tanınan Paco Underhill tarafından kurulan dünyanın ilk tüketici davranışı araştırma ve danışmanlık firması Envirocell, Türkiye'de perakende mimarisi üzerine çalışan SKM Projects+'la stratejik ortak oldu. Tasarım ve araştırma gücünü birleştiren iki şirket, perakendecilerin markalaşmasına yönelik çalışmalar yürütecek.

Bir gömlek almak için girdiğiniz bir mağazadan poşet poşet torbalarla çıktınız veya büyük bir hevesle girdiğiniz mekandan bir çorap bile alamadan ayrıldınız... Çoğu zaman üzerinde bile durmadığınız bu durum aslında bir markayla ilgili fikrinize dair pek çok ipucu veriyor. Zira yapılan araştırmalara göre mağazanın koku-sundan ışığına, satış temsilcisinden içeride hakim renklere ve hat-ta alışverişe birlikte çıktığınız kişiye kadar alışveriş davranışları-nızı etkileyen pek çok şey var.

Hızla artan rekabet ortamında ayakta kalmak isteyen şirket-ler için tüm detaylar büyük önem taşıyor. Türkiye'de perakende sektörünün gelişimini gören ve bu konudaki eksikliği hisseden Ali Burç Tutanç ve Melik Karabıykoğlu da geçen yıl bu işin duayeni olarak kabul edilen Paco Underhill'le bağlantıya geçti. Dünyada alış-verişi bir bilim olarak ele alan ve pek çok ülkede Envirocell isimli şirketiyle alışveriş bilimi konusunda şirketlere danışmanlık veren Paco Underhill'i Türkiye'de bir şube açma konusunda ikna ettiler. Envirocell, geçen yıl 11'inci ülke olarak Türkiye şubasını açtı.

Envirocell, alışverişe tersinden bakıyor. "Herkes ne kadar sa-tış yaptığına bakarken, biz ne kadarlık satış kaçtığına bakıyoruz" diyor Tutanç ve devam ediyor: "Biz müşteri memnuniyetinden, müş-terinin nasıl alışveriş ettiğine kadar tüm ayrıntıları inceleyip dizayn ediyoruz. Kısa ve uzun vadeli planlar sunuyoruz şirketlere."

Çözüm ve değişim odaklı

Elbette bu verilerin doğru hayata geçirilmesi bir markanın oluş-turulmasındaki en önemli noktalardan biri. İşte burada 2000 yı-lında Hakan Sekmen tarafından kurulan SKM Projects+ devreye gir-di. Avea, Kütahya Seramik, Sultanahmet Köftecisi, Midpoint, Gönül Kahvesi gibi şirketler için tasarımlar yapan SKM Project+ ve



EnviroSELL kısa bir süre önce yaptıkları stratejik anlaşmayla tasarım ve analiz güçlerini birleştirdi. İki şirket hizmet sunacakları kurumlarla birlikte "En çok neyi sattık" sorusunu değil, "Neyi satamadık ve neden?" sorularını sistematik bir şekilde yanıtlayıp çözüm ve değişim yaratmayı hedefliyor.

Marka oluşturmada fizik, akıl, ruh ve kalp olmak üzere dört konunun öne çıktığını söyleyen Hakan Sekmen şöyle devam ediyor: "Fizik klasik mimariyi anlatıyor. Artık tek başına görsellik yetmiyor. Kendine özgü bir ruhu olmalı markanın ve kalbe dokunmalı. Bugün ufaklık detaylarla bunu sağlayabiliyorsunuz. Bütün bu felsefeleri bir araya getirince gerçekten marka başarısını yakalayabiliyorsunuz. Tüm bunların aynı zamanda akıllı olması gerekiyor. Ürüne vuran ışık, kasanın konumu, gıdada servis alanı gibi farklı faktörler öne çıkıyor. EnviroSELL'in 27 yıllık know how'ı var. Akıl noktasından onlarla buluştuk."



Perakendecilere 8 kritik öneri

- 1. Marka olabilmek için farklılaşmak gerekir.** Etrafınızdakilerden farklı olun ve yurtdışındaki mağazalarınızda kültürel öğeleri kullanmaktan çekinmeyin.
- 2. Bir markanın tüm mağazalarının aynı tip olması gerekmiyor.** Aksine müşteri kitlesine göre tasarımı yorumlamak satışları olumlu etkiliyor.
- 3. Daha fazla indirim daha fazla müşteri demek değildir.** Başarı ve müşteriye doğru tanımak için doğru analiz gerekiyor.
- 4. Müşteri sayısına değil, kaç tane müşteriye ne kadar ürün satamadığına bakmak gerekir.** Genellikle perakendeciler müşterilerini daha çok fiş/fatura üzerinden değerlendiriyor. Oysa kasa sonuçlarına göre hareket etmek ölümcül hatalardan biri.
- 5. Alışverişte kadınlar ve çocukların gücünü unutmamak gerekiyor.** Dolayısı ile tüm perakendeciler için çocukları kazanmak zorunlu. Ne mağazası olursanız olun çocuk ve kadın yaklaşımlarınızı mutlaka gözden geçirmelisiniz.
- 6. 'Benim müşterim kim?' sorusunu yanıtlayın.** Ürünleri doğru yerleştirmek, mağaza vitrinleri ve mağaza içi dekorasyonlar çok önemli. Örneğin; daha çok aile alışverişinin yapıldığı bir mağazanın düzeni ile daha fazla bireysel alışverişin yapıldığı bir mağazanın düzenini arasında farklılıklar olmalıdır.
- 7. Mağazada çalışan memnuniyetini sağlamak önemlidir.** Çalışan memnuniyetinden kasıt sadece çalışana ödenen ücret olarak algılanmamalı. Sağlık ve onların kendilerini mutlu hissedecekleri çalışma koşulları, onların kendilerini ve satışını yapacakları ürünü daha doğru ifade edebilecekleri ya da sunabilecekleri çevresel koşullar yaratılmalı.
- 8. Herşeyin tek tipleşmesi butik konseptlerin önemini artırıyor.** Pek çok şirket butik işlere yöneliyor.

Mağazalar birbirinden farklı olabilir

Sekmen, markanın kendine özgü bir ruhu olması ve kalbe dokunması gerektiğini düşünüyor. Bugün ufaklık detaylarla bunu sağlamak mümkün. Örneğin, bir çocuk markasının normal giriş kapısının dışında çocuklara özel bir küçük bir girişi bulunuyor. Mimariyi üçüncü boyuttan dördüncü boyuta taşımak istediklerini belirten Sekmen, markanın beş duyuya hitap etmesi gerektiğini vurguluyor.

Şimdiden önemli perakende markalarıyla anlaşan iki şirket, Türkiye'den uluslararası bir marka çıkarmayı hedefliyor. Bunun için de pek çok ipucu veriyorlar. Her sektöre hatta her mağazaya göre tasarımın farklılaşması gerektiğini söyleyen Hakan Sekmen şöyle devam ediyor: "Bunu keyfeden markalar başarıyı yakalayabiliyor. İstiklal Caddesi ile bir AVM'nin içindeki mağaza farklı. Biz bu anlamda ciddi tecrübeye sahibiz. Dünya tek tipleşmeye gidiyor. Ancak artık butik konseptler ilgi görüyor. Örneğin Paul Smith diye bir marka var. Hiçbir mağazası birbirine benzemiyor." Ali Burç Tutanç ise küresel bir marka olmak için şirketlerin önce kendi liginde yarışmasını sonra kendi bölgesinde büyümesini ve ardından dünyaya açılması gerektiğini vurguluyor.

FRANCHISING



PSC International postacı arıyor

Paketleme, gönderi ve sigorta hizmetlerini bir arada sunan PSC International, başta Ankara, Kayseri, Konya, Nevşehir, Aydın, Antalya olmak üzere Türkiye genelinde franchising veriyor. Ortalama 130 bin TL yatırımla kurulabilecek bu iş modelinde ayda yaklaşık 40 bin TL ciro yapmak mümkün.

PSC International, kurumsal, bireysel müşterilere ve tüketicilere paketleme, gönderi ve sigortalamaya hizmetlerini bir arada sunan, Türkiye çapında bayilik sistemi ile hizmet veren bir franchising ağı.

PSC International'ın sermaye ortakları, Türkiye, Fransa, Suudi Arabistan, Tunus, İsviçre ve İngiltere'den uzun yıllar profesyonel hayatta üst düzey yönetici olarak görev alan, altı girişimci işadami. Yönetimde, kurucu ortaklardan Andrew Smith, Dilek Erton ve Cem Tezer aktif olarak yer alıyor.

Şirketin verdiği hizmet farklılık gösteriyor, zira gönderilerin gelişmiş paketleme teknik ve teknolojileri kullanılarak paketlenmesi ve varış noktalarına güvenli bir biçimde tesliminin yapılabilmesi için sigortalamaya hizmeti sunuyor. Dilek Erton, "Başarımızın temeli herhangi bir şeyi herhangi bir yere göndermek istediklerinde müşterilerimize elverişli, kişisel ve katma değeri olan hizmeti vermedeki farkımız. Türkiye'de bir ilk olarak, özellikle büyük, kırılğan, değerli, şekil olarak paketlenmesi zor olan her türlü endüstriyel ürün ve numunelerin paketlenerek sevkiyatına sadece PSC International güvenli ve emniyetli hizmet çözümü getiriyor" diyor.

Kurulum aşamasında destek

PSC International'ın Türkiye'de toplam 76 şubesi bulunuyor. 2013 yılında franchising vermeyi hedeflediği öncelikli iller arasında Ankara, Kayseri, Konya, Nevşehir, Aydın, Antalya gibi iller yer alıyor. Erton, 2013 yılında toplam 100 şubeye ulaşmayı hedeflediklerini söylüyor. PSC International'ın franchise girişi bedeli 75 bin TL



İşin Aynası

Uygun yer: Ankara, Kayseri, Konya, Nevşehir, Aydın, Antalya.

İlk sermaye: 110 ile 130 bin TL arasında değişiyor.

Ciro hedefi: Aylık yaklaşık 40 bin TL.

Kar marjı: Ortalama yüzde 65.

Başvuru için: 0216 313 65 75 ya da 0554 582 12 28

+ KDV. Şirket, şube açılış süreci ve sonrasında tam destek sağlıyor. Şirket, bayilerine 90 günlük sistem ve satış eğitimi veriyor. Bu satış eğitimi sahada birebir müşteri ziyaretleri ve PSC satış müdürlerinin desteği ile beraber yürütülen bir süreç.

Bölge için oluşturulmuş 250 potansiyel müşteri veritabanı PSC tarafından hazırlanıyor. Bunların yanı sıra PSC, bayilerine şube bölge ta-

nımı, bölge koruma, şube yer seçim sürecine destek ve yer onayının verilmesi, personel bulma, zamanlama planı, pazarlama ve satış faaliyetleri ve franchise koçluğu yaparak tüm bu konularında da destek veriyor.

Yüzde 65 kar marjı

Franchise bedeli dışında araç, açılış stoğu ve dekorasyon maliyetleri ile toplam 110 ile 130 bin TL arasında bir yatırım maliyeti gerekiyor. İlk 6 ay royalti bedeli destek amaçlı alınmıyor. Ancak daha sonra yüzde 6 royalti bedeli alınmıyor. Kar marjı ise ortalama yüzde 65. Bir PSC bayisinin aylık ciro hedefi yaklaşık 40 bin TL. Erton, operasyonel giderler çıktıktan sonra aylık ortalama 10 ile 12 bin TL ortalama kar hedeflerinin olduğunu belirtiyor.

Erton, franchise'da satış ve yönetim becerileri olan, işine motive ve hedeflerini iyi belirlemiş, müşteri ilişkilerini iyi yönetebilen kişiler gibi özellikler aradıklarını ifade ediyor.

Sağlıklı yaşam girişimleri artıyor

2012 yılında hayata geçirilen Wellness Day etkinliklerinin ikincisi, 8 Haziran'da MindBody Festival İstanbul kapsamında yapılacak. Richmond Nua Spa Yönetim Kurulu Başkanı Belgin Aksoy liderliğinde 'Sağlıklı yaşamı destekliyorum' imza kampanyası da organize ediliyor. Etkinlikte 100 bin imzaya ulaşılmaması durumunda Hindistan'da yapılacak Global Spa & Wellness Zirvesi'nde Türkiye'nin sağlıklı yaşama olan ilgisi paylaşılacak.

"Sağlık hayatımızın en önemli konularından biri olduğu halde neden özel bir günü yok?" sorusu ile başlayan ve Richmond Nua Spa Yönetim Kurulu Başkanı Belgin Aksoy liderliğinde ilki geçtiğimiz yıl organize edilen Wellness Day bu yıl da 8 Haziran tarihinde düzenlenecek.

Festival alanındaki Richmond Nua standında kurulacak dijital platformda katılımcılar 'Sağlıklı yaşamı destekliyorum' imza toplama kampanyasında hedeflenen 100 bin imzaya destek olacaklar. Toplanan imzaların 100 bin rakamına ulaşmasıyla amaç; Hindistan'da Ekim 2013'de yapılacak Global Spa & Wellness Zirvesi'nde Türkiye'nin sağlıklı yaşama olan ilgisini paylaşıp, Wellness Day'i Türkiye'den dünyaya uzanan uluslararası bir gün haline getirmek.

Hedef; Türkiye'den dünyaya yaymak

Her yıl, haziran ayının ikinci cumartesi günü kutlanacak Wellness Day'in 'farkında olma' günü olduğunu söyleyen Aksoy, "Bu özel tarih, yeryüzünde insan yaşamından daha değerli bir şey olmadığının habercisidir. Wellness Day insanın kendini keşfi; yarını daha sağlıklı bir şekilde karşılama ritüelidir" diyor.

Aksoy, bu girişime başlangıçlarını ise şöyle anlatıyor: "Emek dolu bu yolculuğun başlangıç noktası son derece basit; ancak bir o kadar manidar bir soru oldu: "İyi yaşamak hepimizin ortak hayalimizken, neden dünya genelinde kabul görmüş bir yaşam günü yok?" diye düşündük. Bu düşünceyle iki yıl kadar önce bu günü ve etkisini Türkiye'den dünyaya yaymak için yola koyulduk. Richmond Nua Wellness Spa olarak 'Wellness Day'



BELGİN AKSOY

başlığı ile dünya genelinde iz bırakacak bir sosyal projeye imza atmayı hedefledik."

Gün boyu etkinlik

Wellness Day etkinlikleri ve kutlamaları kapsamında oluşturulacak 'Sağlıklı yaşamı destekliyorum' imza toplama platformu hem dijital ortamda hem de festival alanında devam edecek. İyi yaşama gönül vermiş kişilerin desteğini de alarak, Ekim 2013'de Hindistan'da yapılacak Global Spa & Wellness Zirvesi'nde, Türkiye'nin sağlıklı yaşama olan ilgisi dünya ile paylaşılacak. Aksoy, "Wellness Day'i uluslararası platformda kutlanan bir gün haline getirmek arzusunda'yız" diyor.

İlki geçtiğimiz yıl Richmond Nua'da gerçekleştirilen Wellness Day, bu yıl 8 Haziran 2013 Cumartesi günü MindBody Festival İstanbul bünyesinde Santral İstanbul'da kutlanacak. Wellness Day'de, gün boyu düzenli beslenmeden egzersiz, masaj, bakım ve terapilerden spirüel eğitimlere kadar Wellness'in tüm alanlarında workshop

ve seminerler düzenlenecek. Wellness Day'de ayrıca dünyanın farklı yerlerinden sağlıklı yaşam alanında faaliyet gösteren uzmanlar da özel performans sergileyecek.

"İyi yaşam beyinde başlar"

Sağlıklı olmanın, dünya üzerinde yaşayan milyar insanın ortak dileği olduğunu düşündüklerini söyleyen Belgin Aksoy, tüm insanların hedef kitlesi olduklarını ifade ediyor. "Bizim asıl amacımız Wellness Day'i en kısa zamanda tüm dünyada kutlanan resmi bir gün haline getirmek. Bunun için de çalışmalarımıza aralıksız devam ediyoruz" diyen Aksoy, şöyle devam ediyor:

"Yapılan araştırmaya göre Norveç dünyanın en mutlu ülkesi iken Türkiye bu listede 75'inci sırada. Kişi başı GSMH 14 bin dolar olan ülkemizde insanların mutsuz olmalarına şaşırıyorum elbette. Ancak bir kısır döngünün içinden çıkmalıyız. Mutlu olmazsak, depresyona girip sağlığımızı kaybederiz, çalışıp kazancımızı artıramaz ve kendimizi güvende hissedemeyiz. Unutmayalım ki sağlık ve iyi yaşam bilinci beyinde başlar. Wellness Day ile bu bilinci bir üst kademeye taşıyabileceğimize inanıyorum."

METAL

Burcu Tuvay

Metalurjide 'sağlam' bir model yarattı

Türkiye'de çelik ve bakır üzerine faaliyet gösteren ilk metal şirketlerinden olan Sağlam Metal, otomobil, beyaz eşya ve yan sanayilerine özel çelikler ve bakır alaşımları yapıyor. Şirket, takım çelikleri ve sert bakır alaşımları kullanıcılarının ideal kaliteye ulaşabilmeleri için malzeme seçimleri konusunda rasyonel ve pratik eğitimler veriyor.



HAKAN KOÇAK

Türkiye’de çelik ve bakır üzerine faaliyet gösteren ilk metal yatırımlarından Sağlam Metal’in sahibi metalurji yüksek mühendisi Hakan Koçak, genç bir mastır öğrencisiyken temelli kalmayı düşünerek, Almanya’ya gitti.

Bir arkadaşının aracılığıyla Almanya’da Thyssen fabrikasını gezdi ve hayran kaldı. “Bizim ülkemizde neden böyle bir fabrikamız olmasın?” düşüncesi ile Türkiye’ye dönerek İstanbul Teknik Üniversitesi’nde önce master’ını tamamladı.

Satış mühendisi olarak 1989’da büyük bir çelik firmasında işe başladı ve üç yıl burada çalıştı. Ardından Thyssen yetkilileri Koçak ile temasa geçerek kendisine Türkiye operasyonunu kurmak konusunda teklif götürdüler ve 1991 yılında Thyssen’i Türkiye operasyonu kuruldu.

Şirket 800 ton stoklu bir distribütör haline geldiğinde Koçak yeni bir yatırımla işi büyütme isteği ancak olumsuz yanıt alınca istifa etmeye karar verdi. 1997 yılında ise kendi şirketi Sağlam Metal’i kurdu.

Yabancı ortak aldı

Hakan Koçak, ticaretini yaptığı takım çelik ürünlerini büyük ölçüde yurtdışından ithal ettiği için, Sağlam Metal’in iyi bir ithalat partnerine ihtiyacı olduğunu farkına varıyor o dönemlerde. Şirketin kuruluş işlemlerini tamamlar tamamlamaz, ilk işi, Almanya’ya gidip, özel çelikler konusunda 200 yıllık bir geçmişe sahip, Avrupa’nın en büyük çelik üreticisi şirketlerinden biri olan Dörrenberg Edeltahl yetkilileri ile görüşür. Koçak, “Benim için böylesine büyük bir şirketin, Türkiye’de yetkili bir satıcısının olmaması büyük bir şanstı” diyor.

Dörrenberg’den ithal ettiği ürünleri Türkiye’de

Yayınevi kurdu, kitap yazdı

“İş kurmak sermaye demektir. Ancak bizim yaptığımız işte en büyük sermaye insandır” diyen Koçak, bu amacı doğrultusunda sektördeki gelişmeleri yakından takip ederek sektöre aktarmaya çalıştığı için Bolokur adında bir yayınevi kuruyor. Öğrenciliği sırasında çelik ve bakır konusunda bilimsel kaynak eksikliğinden dolayı sıkıntı çeken Koçak, satış mühendisi olarak pazarlama yaparken bir kitap yazmaya karar veriyor. Almanya’daki teknik konularda uzmanlaşmış 300 yıllık bir enstitünün olanaklarını kullanarak Takım Çelikleri El Kitabı’nı yazıyor. Kitabın üniversite öğrencileri ve sanayiciler için önemli bir kaynak olduğuna dikkat çeken Koçak, Almanya’ya bu kitaptan 6 bin adet gönderildiğini ve dört dilde 55 bin adet basıldığını sözlerine ekliyor.

Eğitimler veriyor

Şirket, müşterilerinin ideal üretime ulaşabilmeleri için malzeme seçimleri konusunda eğitimler de veriyor. Koçak, gerek yaptıkları yayınlar, gerekse eğitim seminerleriyle temas halinde olduğu sanayi dallarını sürekli yeni bilgi ile donatmayı hedeflediklerini söylüyor. 160 kişiye istihdam sağladıklarını ifade eden Koçak, “Makine olarak, yeni teknolojilere uyum olarak son derece dinamik bir sektörü konuşuyoruz. Yerli üretici hemen yakalayabiliyor yurtdışındaki gelişmeleri. Fakat bir eğitim ve dernekleşmede konusunda tıkanıyoruz. Eğitimde atılmış adımlar var. Neden daha spesifik kaynak işlerini yapamıyoruz?” diyor.

satmaya başlar, dört ay sonra ise şirketin distribütörü olur. 2000 yılında bu şirketten ortaklık teklifi gelir ancak 2001 krizi nedeniyle hisse satışı ancak 2007’de gerçekleşir. Yüzde 20 hissesini Dörrenberg’e satan Sağlam Metal artık sektördeki yabancı ortaklı ilk şirketlerden birisiydi.

“Büyük düşündük, yatırımdan kaçmadık”

Hakan Koçak, kendi şirketinden önce kalıp çeliklerinin masa başında pazarlandığını ancak kendisinin tek tek müşterileri, imalatçıları ziyaret ederek, müşteri odaklı çalışarak sektörde bir ilki gerçekleştirdiğini ifade ediyor. Koçak, pazarın ihtiyaçlarını da gözönüne alarak üretime geçmeye karar verir. İmalat için 700-800 metre kare gibi küçük bir yer araştırması yaparken Gebze Şekerpınar’da 3 bin 800 metrekare sanayi arsası bulur.

O dönem satışlarının çok iyi olduğunu belirten Koçak, arsayı aldıklarını ve bir hafta sonra bu araziye 2 bin metrekarelik bir alan daha eklediklerini dile getiriyor. Koçak, “Son olarak, 3 bin metrekarelik bir arsa daha aldık ve toplam alanımız 8 bin 800 metrekareye ulaştı. Büyük düşündük, yatırımdan kaçmadık” diyor.

Çelik doktorluğu

“2000 çeşit çelik vardır ancak her sanayinin ihtiyacı olan çelik farklı olduğu için çelik işi çok hassastır, işte bu nedenle bizim yaptığımız bir anlamda çelik doktorluğudur” diyor Hakan Koçak. Sanayinin istediği çeliği seçiyor, sertleştiriyor, kaplama gerekiyorsa yapıyor ve teslim ediyor. Sağlam Metal’in 2 binden fazla sanayici müşterisi, stoklarında her an 70 çeşit çelik var. 2012’de yaklaşık 3 bin ton özel çelik satılmış. Thyssen’de sert bakır işi de yapan Koçak’ın, üniversitede de bakır sertleştirme üzerine çalışmaları olmuş, bu nedenle çelik işinin yanına bakırı da eklemiş. Şu anda 800 metrekarelik kapalı alanda yıllık bir ton ile başladıkları sert bakır alışımları üretimini 50 tona kadar çıkarıp, zaman içerisinde imalatını yaptıkları ürünleri ihraç etmeye de başlamışlar.

Koçak, “Çelik sertliğinde bakır üretiyoruz, Almanya’ya ve Hollanda’ya satıyoruz. Ciromuzda sert bakırın payı yüzde 40’ı buldu. İhracatımızın tamamında sert bakırın ciro içindeki payı yüzde 20’ye ulaştı” diyor. Şirket 2012 yılını 25 milyon Euro ciroyla kapatmış. Koçak 2013 yılını da aynı ciroyla kapatmayı hedeflediklerini belirtiyor.



“Her bir otel odasına 5 TL’lik ürün sokacağız”

Otel terliği ile başlayan yolculuğuna buklet de dahil eden Chochili, bugün 14 milyon dolarlık bir büyüklüğe ulaştı. Şu anda 100 bin terlik üretim kapasitesine sahip şirket, üç yıl içinde 100 milyon TL’lik yatırımla kapasitesini 1 milyona ulaştırmak için düğmeye basıyor. Otel ve hastanelerin dışında havayolları şirketleri ile de çalışan Chochili, hedefini her bir otel odasına 5 TL’lik ürün sokmak olarak belirlerken, ürün çeşitliliğiyle de sektöründe ön plana çıkıyor.

Bir yurt dışı seyahatinde eşinin valize terliği koymayı unutmaması sonrasında gittikleri otelde terlik bulamayınca büyük sıkıntı yaşayan Mahmut Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Küçükdoğan’ın, yaşadığı sıkıntı üzerine “otel terliği alanına girilebilir mi?” diye düşünmesi sonucu kurulmuş bir şirket Chochili. Tekstil sektöründeki yıllardır edindikleri tecrübeyi bu alana aktaran şirket, edindiği yüksek ivme sonucu da bu işi sanayileşmeye götürdü.

Dört yıl önce bu işi endüstriyel biçimde yapmaya başladıklarını söyleyen Mahmut Küçükdoğan, terlik işi büyüyünce otel ve hastanelerin kendilerinden şampuan, havlu gibi diğer otel malzemelerini istemeye başladıklarını, böylelikle de buklet sektörüne girdiklerini anlatıyor. Şu anda 7 bin noktada günlük 100 bin terlik üretim kapasitesine ulaşan Chochili, şu ana kadar bu sektöre yaklaşık 20 milyon TL yatırım yaptı. Şirket, üç yıl içinde 100 milyon TL’lik bir yatırım için de kolları sıvadı. Chochilli, böylece günlük 100 bin olan üretimini 1 milyona çıkaracak.

Ciroda hedef 20 milyon dolar

2012 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısına paralel olarak büyüme gösteren otel sektöründe, Chochili 14 milyon dolarlık bir ciroya ulaşırken, 2011 yılından itibaren artan zincir otel ya-

tırımlarında tercih edilen bir marka olması da şirketin büyümesinde etkili oldu. “Yüzde 32’lik cirosal bir artışın yanında, ürün gamı açısından da genişleyen bir yelpazeye sahip olduk. Bugün sektörün trend belirleyen, en büyük kapasiteye sahip, hem üretim, hem pazarlama anlamında hizmet veren en büyük firması durumdayız” diyen Mahmut Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Küçükdoğan, 2013 yılında da fark edilebilir büyümelerinin devam ettiğini söylüyor. Bu durumun kendilerinin yatay büyüdüğü 2012’nin aksine, dikey büyüme yönünde yatırım yapmalarını da sağladığını da belirten Küçükdoğan, yıllık ciro hedeflerini 20 milyon dolar seviyesine çıkartmış durumda olduklarına dikkat çekiyor.

100 milyon TL yatırım

İki makine ve üç çalışan ile otel terliği üretimine başlayan Chochili, şu anda vardığı noktada 27 bin metrekare bir alanda, hem üretim hem de pazarlamayı yapan bir şirket konumuna ulaştı. “Önümüzdeki üç yıl içerisinde 100 milyon TL’lik bir yatırım planımız var. Önümüzdeki dönemde sektörde otel kağıt ürünleri, otel tipi gıda ürünleri ve temizlik ürünleri alanlarında da üretime girme yolunda çalışmalara başladık” diyen Küçükdoğan, hedeflerinin her bir otel odasına 5 TL’lik ürün vermek olduğunu belirtiyor.

Günde 100 bin terlik üreten şirketlerinin 2016 yılında günlük 1 milyon terlik kapasitesine ulaşacak makine ve insanı hazır etmiş olacaklarını söyleyen Küçükdoğan, hem insana hem makinaya hem de sektöre yatırım yaptıklarının altını çiziyor. “Bizim sanayileşmemizle ortaya koyduğumuz üretim sonucu Çin’den ürün alımı neredeyse sıfırlandı. Daha önceden tüm bu ürünler Çin’den geliyordu. Hem fiyatımız ve hem kalitemizle öne geçtik” diyen Küçükdoğan, Türkiye’nin yanı sıra başta Rusya olmak üzere Ortadoğu ve yakın Avrupa gibi çevre ülkelerde de ihracat gerçekleştirdiklerini aktarıyor

Buklet sektörüne de girdi

Buklet, otel odasında kullanılan terlik dışındaki, şampuan, sabun, tarak, diş fırçası-macunu vs. gibi ürünlerin toplamına verilen bir isim. Otel terliğinden sonra bu sektöre de giriş yapan Chochili, 40’a yakın farklı ürün kalemını bir araya getirip, otel adı ile kişiselleştiren bir hizmet de sunuyor. “Genelde bu sektöre girmiş birçok firma görebilirsiniz. Çünkü üretim ayağı kısıtlı ve üç beş kişi bir araya gelip, bu işi ben de yapıyorum diyebiliyor. Bizim bu konudaki bakış açımız da terlikten farklı değil” diyen Küçükdoğan, üretim anlamında, dikey olarak gidebilecekleri noktaların hepsine

MAHMUT KÜÇÜKDOĞAN



ulaşmaya çalıştıklarını belirtiyor.

Chochili, şu anda şampuan dolumu, sabun yapımı, matbaa ve baskı işlerini kendi tesislerinde gerçekleştiriyor. Kendi koleksiyonunu hazırlayarak, yüksek kalite standartlarında sunacak seviyede olmayı planlayan şirket, bu yılın sonuna doğru piyasaya sunduğu ürünlerle de otel terliğinde olduğu gibi buklet sektöründe de farklılaşmayı hedefliyor.

Hastane ve havayolunda da varlar

"Bugün Türkiye'de hangi otelde konaklıyorsanız, orada varız diyebilirim. Yurdumuzun en ücra köşesinden, en işlek caddedeki beş yıldızlı zincir otellere kadar ürünlerimizi götürüyoruz. Hem birebir, sıcak satış ile pazarlıyoruz hem de telefonla satış destek ekibimiz her gün aramalar yaparak satış gerçekleştiriyoruz" diyen Küçükdoğan, hastanelerde de olduklarını bildiriyor. Zincir otellerden Ritz Carlton, Adam & Eve, Crowne Plaza Hotel, Holiday Inn, Marriott, Four Season, Ramada Hotel, Radisson Blu, Wow Hotel, Swiss Hotel ve Novotel, Chochili'nin müşterileri arasında bulunuyor.

Hastaneler yanında ise Universal Group,

THY'ye 500 bin terlik

Türk Hava Yolları'na (THY) eskiden 20 bin terlik verirken bu rakamı 90 bine çıkaran Chochili, üç ay önce ise bu rakamı aylık 500 bine ulaştırdı. "Onlara özel ürün tasarladık. Kaymaz ve kanserojen madde olmayan terlik ürettik. Bu rakamları bugün sağlayabilecek başka bir üretici yok diyebilirim" diyen Mahmut Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Küçükdoğan, bugün de THY'nin tercih ettiği ve Star Alliance grubu üyesi havayollarına tavsiye ettiği bir tedarikçi durumunda olduklarını belirtiyor. Japon Havayolları ve Korea Airlines ile de dolaylı olarak çalışan Chochili, Emirates ve Etidah Otel için tekliflerini de geçen aylarda sundu. Şirket, yıl sonuna kadar bu şirketleri de portföyüne katmayı hedefliyor.

Florence Nightingale, Amerikan Hastanesi ve Yeditepe Üniversitesi Hastanesi ile çalışan şirket, havayolu tarafında ise Türk Hava Yolları ve Atlas'la yol alıyor.

Ürün çeşitliliğiyle ayrışıyor

Ürün anlamında hiçbir zaman başladıkları noktada olmadıklarına dikkat çeken Küçükdoğan, sektöre yön veren, trendi belirleyen yaklaşımlarının kendilerini bugünkü büyüklüklerine taşıdığını anlatıyor. "Kağıttan terliklerden, kadife, kaymaz tabanlı, kanserojen madde içermeyen terliklere geldik.

Düz beyaz sabunlar yerine, kokulu, kekikli, doğallığı yüksek sabunları koyduk otel banyolarına. Başınızı yıkamadığımız, şampuan diye sunulan isimsiz renkli suları yerine, markalı gerçek şampuanların tercih edilmesini sağladık" diyen Küçükdoğan, bir otel odasında evi rahatlığını sağlayacak ne varsa müşterilerine onları sunduklarına vurgu yapıyor. Hem uygun fiyata, hem hızlı servis ile ürünlerini müşterilerine ulaştırmayı hedefleyen Chochili, lojistikten, stok takibine kadar tüm uygulamaları da yine kendisi organize ediyor.



Çiftçiye faiz avantajlı kart

Tarım işletmeleri ve çiftçilere özel olarak hazırlanan 'Ekin Kart' ile üye işyerlerinden alışveriş yapıldığı taktirde üye işyeri için belirlenen vade boyunca faiz ödenmiyor. Vade süresince faizsiz, vade sonundan ekstre dönemi sonuna kadar ise faizle ödeme yapabiliyorlar.

Garanti Bankası'nın çiftçi ve tarım işletmelerine sunulan Ekin Kart ile üye işyerlerinden yapılan alışverişlerde işlem vadesi boyunca faiz ödenmiyor. Kart sahipleri, Ekin üye işyerlerinden yapacakları vadeli alışverişlerden doğan borçlarını, nakit akışlarına göre ayarlayabilecekleri 3, 6 veya 12 aylık ekstre dönemlerinde ödeyebiliyor.

Vade süresince faizsiz, vade sonundan ekstre dönemi sonuna kadar ise faizle ödeme yapabiliyorlar. İşletmeler Ekin Kart ile anlaşmalı üye işyerlerinden alışveriş yaptıkları taktirde üye işyeri için belirlenen vade boyunca faiz ödemiyor, işlem vadesi boyunca mevcut borçlarını, vadesiz hesapta bulunan para ile kapatabiliyor. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, "Çiftçi ve tarım işletmelerinin, tarımsal üretimleri için gerekli akaryakıt, tohum, gübre, ilaç gibi ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri sektörlerle anlaşmalar gerçekleştirerek Ekin Üye işyeri sayımızı gittikçe artırıyor, böylelikle daha fazla ekin kart sahibi müşterimize ulaşmayı hedefliyoruz" diyor.

Ayrıca bu yıl 13-16 Haziran tarihleri arasında Konya'da düzenlenecek Tarla Günleri Fuarı'nın tarım sektörünün dinamizmini sergileyeceği bir etkinlik olacağını belirten Karadere, fuara bu yıl 40 bin kişinin katılmasını beklediklerini ifade ediyor. Karadere, sorularımızı şöyle yanıtladı:

KOBI Girişim: Ekin Kart'ın özelliklerinden bahsedebilir misiniz?

Nafiz Karadere: Türkiye'de tarımda modernleşmeyi teşvik ediyor, üretim ve üretim sonrası dönemlerde çiftçinin yanında olmayı amaçlıyoruz. Yarattığımız finansman ve sunduğumuz hizmetlerle, onları sağlam adımlarla geleceğe taşımak üzere çalışıyoruz. Bu kapsamda, çiftçile-

rimizin gelişen ihtiyaçları doğrultusunda yenilediğimiz Ekin Kart'ı ve tarımda kooperatifleşmeyi destekleme amacıyla Önder Çiftçi Projesi'yle geliştirdiğimiz işbirliğini, çiftçilerimiz de katılımıyla geçtiğimiz günlerde uygulamaya aldık. Ekin Kart'ı özellikle tarım sektöründe faaliyet gösteren tüm KOBI işletme sahipleri ve çiftçilerimizin faydalanabileceği şekilde tasarladık.

Kart çiftçilere ne gibi avantajlar sunuyor?

Çiftçiler ve tarım işletmeleri, üye işyerlerinden yapacakları alışverişlerde işlem vadesi boyunca faiz ödemeyecek. Kart sahipleri, Ekin üye işyerlerinden yapacakları vadeli alışverişlerden doğan borçlarını, nakit akışlarına göre ayarlayabilecekleri 3, 6 veya 12 aylık ekstre dönemlerinde ödeyebiliyor. Vade süresince faizsiz, vade sonundan ekstre dönemi sonuna kadar ise faizle ödeme yapabilecek. İşletmeler Ekin Kart ile anlaşmalı üye işyerlerinden alışveriş yaptıkları taktirde üye işyeri için belirlenen vade boyunca faiz ödemiyor, işlem vadesi boyunca mevcut borçlarını, vadesiz hesapta bulunan para ile kapatabiliyor. Vade sonunda hesapta yeterli para bulunmadığı taktirde kalan borç için, çiftçinin hasat dönemine göre belirlenmiş hesap kesim tarihine kadar faiz hesaplanıyor. Paracard ile yapılan tüm işlemler için kullanılabilen Ekin Kart, aynı zamanda üye işyeri alışverişlerinde Bonus da kazandırıyor.

Karta olan ilgi nasıl?

Çiftçi ve tarım işletmelerinin, tarımsal üretimleri için gerekli akaryakıt, tohum, gübre, ilaç gibi ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri sektörlerle anlaşmalar gerçekleştirerek Ekin Üye işyeri sayımızı gittikçe artırıyor, böylelikle daha fazla ekin kart sahibi müşterimize ulaşmayı hedefliyoruz. Örneğin,

Ekin Kart sahipleri akaryakıt alanındaki partnerimiz Shell'den yapacakları alışverişlerde 5 aya varan faizsiz vade fırsatından faydalanabiliyor.

Bu konuda ne gibi hedefleriniz var?

İnanıyoruz ki yenilenen Ekin Kart, tüm çiftçilerimizin hayatını kolaylaştırarak, onlara önemli fırsatlar sunacak. Ödemelerini hasat dönemine göre ayarlayıp, çiftçilerimizi üye işyerlerinden alışveriş yapmaya teşvik eden Ekin Kart'ın tarım sektörünün başlıca eksikliklerinden biri olarak gördüğümüz örgütlenmeyi de tetikleyeceğini düşünüyoruz.

Garanti Bankası tarıma başka ne gibi destekler veriyorsunuz?

Tarımsal işletmelere yatırım desteği sağlanması, modern tarımın teşvik edilmesi, tarımsal örgütlenmenin teşvik edilmesi, üretim yapısının çeşitlendirilmesi, güçlendirilmesi konularında üreticilere yönelik yayın ve eğitim çalışmaları da düzenliyoruz. Bu amaçla, bugüne kadar Türkiye'nin çeşitli illerinde birçok çiftçi toplantısı ve tarım sohbeti düzenledik. Zaman zaman Anadolu'nun değişik bölgelerinde yapılan Garanti Anadolu Sohbetleri kapsamında, tarım konusundaki uzmanlar üreticilerle buluşturmaya devam ediyor. Türkiye'de tarımda sanayileşmeyi ve modern tarımı teşvik etmek amacıyla finansman desteği sunma ve çeşitli uluslararası fonlara aracılık etmenin yanında, modern tarım uygulamalarına yer veren ve modern tarımı teşvik eden Türkiye'nin ilk açık alan uygulamalı fuarı olan Tarla Günleri Fuarı'na 4 yıldır ana sponsor olarak destek veriyoruz.

Fuar bu yıl ne zaman düzenlenecek?

Bu yıl 13-16 Haziran tarihleri arasında Konya'da düzenlenecek Tarla Günleri Fuarı, ta-



NAFİZ KARADERE

Bu yıl 40 bin katılımcı bekleniyor

Tarla Günleri'nin birincisi 27 - 30 Mayıs 2010 tarihlerinde Tekirdağ'ın Karaevli Köyü'nde gerçekleştirilmişti. 29 yabancı, 70 yerli toplam 99 firmanın katılımıyla düzenlenen fuar, yerli ve yabancı 26 bin 243 kişi tarafından ziyaret edilmişti. 2'nci Tarla Günleri fuarı ise, 5 - 8 Mayıs 2011 tarihlerinde Adana'nın Gerdan Köyü'nde yapıldı. Fuarda 90 deneme alanı, 52 makine demonstrasyon alanının yanı sıra 40 firmanın bulunduğu kampus çim alanları yer aldı. 332 bin metrekarelik açık alanda açılan fuara yurtiçi ve yurt dışından 27 bin 500'ü aşkın ziyaretçi katıldı. 7-10 Haziran 2012 tarihlerinde Bursa'da düzenlenen 3'üncü Tarla Günleri fuarına ise 27'si yabancı, 87'si yerli 114 firma ile yurtiçi ve yurtdışından 23 bin 152 ziyaretçi katıldı. Bu sene Konya Bahri Dağdaş Uluslararası Tarımsal Araştırma Enstitüsü'nde 350 bin metrekarelik açık alanda düzenlenecek fuara yurtiçi ve yurtdışından 40 bini aşkın ziyaretçi katılımı bekleniyor.

rım sektörünün dinamizmini sergilerken, tarımın değişen karakterini tespit ederek çok önemli bir işlev üstleniyor. Türk tarımının tüm kesimlerini bir araya getiren, gerçek bir "tarım marketi" oluşturuyor.

Fuarda ne gibi etkinlikler yapılıyor?

Tarla Günleri, Alman Tarım Birliği (DLG) ve

Önder Çiftçi Projesi'nin (ÖÇP) ortaklaşa kurduğu DLG Fuarcılık Ltd. Şti. tarafından düzenleniyor. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ile Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği'nin destekleyici kuruluş olarak yer aldığı fuarda; tohum, gübre, ilaç, fidan, sulama firmalarının ekim yaparak tanıtım yapacakları deneme alanları, traktör ve meka-

nizasyon firmalarının demo yapacakları makine demonstrasyon alanlarının yanı sıra tarıma hizmet götüren firmaların bulunduğu kampus çim alanları yer alıyor. Katılımcı firmalara, ziyaretçilere ve özel gruplarına, fuar süresince üstü kapalı forum alanında ürünleriyle ilgili teknik konularda seminer verebilme imkanı sağlıyor. Forum alanında akademisyenlerin katılımıyla bilimsel seminerler de ziyaretçilere sunuluyor.

Fuara katılacak tarımsal işletme ve çiftçileri, fuar özelinde gerçekleştireceğimiz uygun koşullu kredi kampanyamız ve diğer tarımsal üretime yönelik ürünlerimiz hakkında bilgi almak için standımıza bekliyoruz.

EĞİTİM

Koçlardan kadın girişimcilere eğitim



Ekonomist dergisinin Garanti Bankası işbirliği ve KAGİDER'in katkılarıyla gerçekleştirdiği Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nın 2012 yılı finalistlerinden dört kadın girişimci, Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneği'nden (ICF Türkiye) kazandıkları Bireysel Koçluk desteği sürecini tamamladı.

Geçtiğimiz yıl 6'ncı kez düzenlenen Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nın finalistlerinden olan Begüm Buğdaycı Açikkol, Figen Kadırgan, Nevriye Nerma Gökçe ve Yurdagül Sivri, Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneği'nin (ICF Türkiye) Bireysel Koçluk Ödülü'nden faydalandı. Ödül kapsamında dört finalist, yaşamlarının tüm alanlarında geliştirmek ve dönüştürmek istedikleri konular üzerine, Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneği (ICF Türkiye) bünyesindeki profesyonel koçlardan destek aldı.

6 bin 250 kadına ulaşıldı

KAGİDER Başkanı Dr. Gülden Türktan, KA-

Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nın 2012 finalistleri ICF Türkiye'den aldığı koçluk destekleriyle iş yaşamlarını dönüştürdü. Dört finalist, yaşamlarının tüm alanlarında geliştirmek ve dönüştürmek istedikleri konular üzerine, Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneği (ICF Türkiye) bünyesindeki profesyonel koçlardan destek aldı.



GİDER olarak 2002 yılından bu yana Türkiye'de kadın girişimciliğinin ve istihdamının artması yolunda çalışmalar gerçekleştirdiklerini söyleyerek, projelere başvuran ve katılan kadın sayısı da çalışmalarımızın olumlu yansımalarının en önemli göstergesi olduğuna dikkat çekiyor. Kadın Girişimci Yarışması ile 6 bin 250 kadına ulaşıldığını ifade eden Türktan, şöyle devam ediyor:

"Genel tabloya baktığımızda Türkiye'de siyasetten ekonomiye seçime veya atama ile gelen pozisyonlarda kadının varlığı son derece kısıtlı. Kadın girişimciliği de bu paralelde olması gerektiği noktada değil. Finansman ve networking desteğinin yanı sıra, kadın girişimcinin koçluk desteği de alması çok önemli bir fırsat. Bu fırsatı sağlayarak kadın girişimciye desteklerini kanıtlaya Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneğine (ICF Türkiye) teşekkür ediyoruz."

"Çevrelerine de tavsiye ediyorlar"

Uluslararası Profesyonel Koçluk Derneği (ICF Türkiye) Başkanı Psikolog Dr. Nur Velidedeoğlu Kavuncu başarıyla tamamlanan bu projeye dört kadın girişimcinin katıldığını söylüyor. Katılımcıların yaşamlarının tüm alanlarında geliştirmek istedikleri konular üzerine yapılan çalışma sonrası, çok verimli ve katma değer yaratan bir süreç geçirdiklerini ilettiklerini, koçların da bu projenin kendileri için çok besleyici bir çalışma olduğunu söylediklerini belirten Kavuncu, şöyle devam ediyor:

"Bu başarılı çalışmanın sonucu olarak katılımcılardan çevrelerindeki diğer kişilere de tavsiye de bulunup, onları projede birlikte çalıştıkları koçlarına yönlendirenler oldu. Bir katılımcı bu alanda daha fazla bilgi edinmek istediğini fark ederek, ICF akredite bir okuldan eğitim alma girişiminde bulundu. Koçluk hizmeti alan kişinin kişisel ve profesyonel potansiyellerini maksimize etmek amacıyla düşünce doğurucu ve yaratıcılığı destekleyici bir süreçte onlarla yapılan ortaklık olarak tanımlayacağımız koçluk ilişkisi ve bunun başarılı sonuçları bu güzel çalışmada da ortaya kondu."

YARIŞMA

İnovatif KOBİ'ler araniyor

Bu yıl 11'incisi düzenlenecek Teknoloji Ödülleri'ne başvurular başladı. Ar-Ge ve inovasyon konularında farkındalık yaratmak amacıyla verilen ödül için son başvuru tarihi ise 31 Temmuz 2013. Teknoloji odaklı üretim yapan tüm KOBİ'ler yarışmaya başvurabilir.

TÜBİTAK, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) ve TÜSİAD işbirliğiyle düzenlenen '11'inci Teknoloji Ödülleri' için başvurular devam ediyor. 1998 yılından bu yana verilen Teknoloji Ödülleri, Türkiye'de yenilikçi bir ürünün, üretim sürecinin, yeni bir teknik veya teknolojinin geliştirilmesi çabalarını destekleyerek yerli sanayiye bilinçlendirmek amacıyla veriliyor. Ar-Ge ve inovasyon konularında farkındalık yaratarak diğer şirketleri de bu konuda harekete geçiriyor ve ulusal teknolojik birikime katkı sağlamada öncü rol üstleniyor. Aynı zamanda kamuoyunda bu konudaki duyarlılığı da artırmayı hedefleyen ödüller, şirketlerin başarı öykülerini de gündeme taşıyor.

Teknoloji Ödülleri için bu yıl belirlenen son başvuru tarihi ise 31 Temmuz 2013. Ödüller 'ürün', 'süreç' ve 'Teknoloji Büyük Ödülü' olmak üzere üç farklı kategoride verilecek. Sektöründe fark yaratan ve yenilikçi ürünlere imza atan şirketlerin ilgi gösterdiği yarışmanın finalistleri ise Mart 2014'de açıklanacak. 2014'ün Mayıs ayında düzenlenecek Teknoloji Kongresi ve Ödül Töreni'nde de kazanan firmalar 'Teknoloji Ödülü Heykelciği' ve 'Teknoloji Ödül Belgesi' kazanacaklar.

Ar-Ge harcamaları arttı

Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan rekabet gücü bağlamındaki ölçütlere göre, Türkiye'nin küresel rekabetçilik endeksinde 2012-2013 sıralamasında bir önceki yıla göre 16



MUHARREM YILMAZ - YÜCEL ALTUNBAŞAK - CENGİZ ULTAV

sıra yükselerek 144 ülke içerisinde 43'üncü sıraya yerleştiğini söyleyen TÜSİAD Başkanı Muharrem Yılmaz, şöyle devam ediyor:

"İnovasyon kapasitesini belirleyen birçok alt ölçüt söz konusu, bilimsel araştırma kurumlarının niteliği, şirketlerin Ar-Ge harcamaları, üniversite-sanayi işbirliği, yetişmiş insan gücü, patentler, fikri mülkiyet hakları... Bu alanlardan her birinde kaydedeceğimiz ilerleme inovasyon kapasitemizi geliştirecektir. Türkiye'de Ar-Ge harcamaları 2011 yılında bir önceki yıla göre yüzde 20 artarak yaklaşık 12 milyar TL olarak gerçekleşti. Ar-Ge harcamalarının GSYİH'ye oranı yüzde 0,86, ülkemizin 2023 yılı hedefi bu oranı yüzde 3'e çıkarmak. Özel sektörümüzün Ar-Ge Harcamalarının GSYİH'ye oranının ise 2023'te yüzde 2'ye ulaşması arzu ediliyor."

Çin'den sonra ikincisıradayız

Şu an Ar-Ge harcamalarının yılda ortalama yüzde 16 artış hızıyla 11 milyar dolara ulaştığına dikkat çeken TÜBİTAK Başkanı Yücel Altunbaşak, artış hızının Çin'den sonra dünya-

da ikinci sırada olduğunu ifade ediyor. Türkiye'nin 2006 yılına göre İsrail, Avusturya, Belçika, Finlandiya ve Meksika'yı geride bıraktığını söyleyen Altunbaşak, şöyle devam ediyor: "11'inci Teknoloji Ödülleri'nin başvurularını mart ayı itibarıyla almaya başladık. Başvuru sayılarında her ödül döneminde artan bir trend var, umuyorum bu sene de 10'uncu Teknoloji Ödüllerinde aldığımız başvuru sayısının çok çok üzerine çıkacağız."

10'uncu Teknoloji Ödülleri'nde finale kalan projelerin yüzde 60'ı KOBİ projesiydi ve yüzde 75'i ürün, yüzde 25'i ise süreç geliştirmeye yönelik projelerdi. Finalistlerin

sektörel dağılımına baktığımızda da makinalar (yüzde 33), bilişim (yüzde 22) ve malzeme-metalurji-kimya (yüzde 18,5) alanlarının başı çektiğini görmüştük."

Kamu - Özel işbirliği

TTGV Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Ultav, tüm firmaları rekabet güçlerini Türkiye'nin Teknoloji Ödülleri yarışına katılarak göstermeleri için davet ettiklerini söyleyerek, "TÜBİTAK, TTGV ve TÜSİAD teknoloji geliştirme alanında Türkiye'de sırasıyla kamuyu, kamu-özel sektör işbirliğini ve özel sektörü temsil ediyorlar. Bu birliktelik içinde hem devletin kamu temsilcileri, hem sivil alanın özel temsilcileri bir araya gelmiş oluyor. Bu anlamda, Teknoloji Ödülleri kapsayıcıdır" diyor.



Regus'tan Trump'ta da esnek ofis çözümü

Esnek çalışma alanları sağlayıcısı Regus, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 1999'dan bu yana şirketlere esnek ofis çözümleri sunuyor. İstanbul'da kurduğu ofis alanlarında yüzde 90 doluluk oranına ulaşan Regus, şirketlerin genişlemeleri için uygun maliyetli çözümler sunarken, Göztepe Nida Kule ve Mecidiyeköy Trump Towers'daki iki yeni lokasyonu da Türkiye'deki merkez sayısını dokuz çıkardı.

Regus'un hikâyesi, girişimci Mark Dixon'ın 1989 yılında Brüksel'de iken, birçok iş insanının profesyonel bir çalışma ortamının olmasından dolayı otel ya da kafelerden çalışmaya çalıştığını fark etmesiyle başladı. Dixon'ın fikri, şirketleri çalışma alanı ihtiyaçlarını uzman bir sağlayıcıdan temin etmeye ikna ederek onların çalışma şekillerini dönüştürmek üzerineydi. 1989 yılında bu fikir yalnızca ofis hizmeti sunmakla ilgiliyken, bugün bambaşka bir hizmete dönüştü.

Dünyanın lider esnek çalışma alanları sağlayıcısı Regus, 1999 yılında girdiği Türkiye pazarında ise bugün toplamda dokuzuncu merkezine ulaştı. İstanbul Anadolu yakasında Göztepe Nida Kule ve Avrupa yakasının en prestijli ofislerinden biri olan Trump Towers'ta yeni merkezlerini açan Regus, böylece biri Ankara'da olmak üzere Türkiye'de dokuz merkeze ulaştı. Regus'un temel ürün ve hizmetleri arasında tam donanımlı ofisler, sanal ofis, toplantı odaları, kampüs, businessworld, video iletişim, business lounge ve felaket kurtarma gibi hizmetler yer alıyor.

Dokuzuncu merkezi açtılar

Dünya üzerinde toplam 99 lokasyona yayılan Regus ofislerinden günde 1 milyon 300 bin üzerinde müşteri faydalanıyor. 600 şehir-



ERİM DENEL

de bin 500'ün üzerinde iş merkezine sahip küresel bir şirket olan Regus, dünya çapında toplam 7 bin 100 kişiyi istihdam ederken 3 milyar 470 milyon TL global ciroya sahip.

Regus'un müşteri tabanının yaklaşık yüzde 40'ını kurumsal veya büyük ölçekli şirketler, yüzde 40'ını orta ölçekli şirketler, yüzde 20'sini ise küçük veya mikro ölçekli şirketler ve yeni açılan şirketler oluşturuyor. 1999 yılında Türkiye pazarına Maslak Beybi Giz Plaza'daki yeri ile giriş yapan Regus, bugün itibarı ile 400'ü fiziki ve 500'ü sanal müşteri olmak üzere toplamda 900 firmalık bir müşteri ağına sahip. İstanbul'daki yedi ve sekizinci merkezlerini

İstanbul'un en yoğun iş bölgelerinden olan Mecidiyeköy Trump Towers ve Göztepe Nida Kule'de açan Regus, böylece Türkiye genelinde de dokuz merkeze ulaşmış oldu.

Büyüme yüzde 50

Regus Ülke Müdürü Erim Denel, özellikle son 10 ayda Türkiye'de yüzde 50'lik bir büyüme ivmesi yakaladıklarını dile getiriyor. "Esnek çalışma koşulları dolayısıyla çalışanlar ve işverenler artık kira giderlerini düşürmek için yeni arayışlara başladı. Bu nedenle de ofis çözümlerinde de çalışanlar, esnekliğe önem veriyor. Son dönemde bu yöndeki talebin yüzde 45 arttığını görüyoruz" diyen Denel, Regus olarak müşterilerine günlük kiralama alanı yanı sıra 9, 12 ve en fazla 36 aylık kiralama alanı yapıldığını belirtiyor.

"Fiyatlar kişi başına aylık 179 dolardan başlıyor, kullandığı ürün ve hizmetlere göre 600-700 dolara çıkabiliyor. Gelen talep doğrultusunda A'dan Z'ye bir ofisin ihtiyacı olan tüm alt ve üst yapıyı sağlıyoruz" diyen Denel, müşterilerinin ofislerimizden birini kiraladıktan sonra yapması gereken tek şeyin, bilgisayarını yanında getirerek işlerine başlaması olduğunu söylüyor.

Lokasyonun önemi

"Genişlemek isteyen şirketler için

İstanbul'da açılan iki yeni Regus lokasyonu önemli bir destek ve büyüme aracı görevi görüyor. Esnek çalışma alanlarımız, şirketlerin kendilerini sabit kira veya esnek olmayan emlak giderlerine hapsedmeden çalışan sayılarını artırmalarına ve operasyonlarını büyütmelerine olanak sağlıyor” diyen Denel, özellikle yeni lokasyonlarının ticaretin tam kalbinde yer aldığına dikkat çekiyor.

Müşteri portföylerinin yüzde 70’ini yabancı müşterilerin oluşturduğunu anlatan Denel, son dönemde ise sanal firmaların ve start-up şirketlerin müşteri portföylerindeki payının önemli ölçüde arttığını belirtiyor. “Avrupa ve Anadolu yakamızdaki merkezlerimizde mobil çalışanlar için çeşitli ofisler ve iş salonları, toplantı ve konferans odaları ve video konferans imkanları su-



nyuyor. Tüm ofislerimizde yüksek hızlı internet, çok dilli yönetim ve resepsiyon ekibi bulunuyor” diyen Denel, bunun da müşterilerinin ilgisini çeken diğer uygulamaları olduğunu söylüyor.

Doluluk oranı yüzde 90

İstanbul'da açtıkları iki yeni merkezle yaygınlığını daha da artıran Regus, şu an için İstanbul lokasyonunda yüzde 90'lık bir doluluk oranına ulaşmış durumda. Erim Denel, bunda İstanbul'un finans merkezi olma yönündeki atılımlarının son derece önemli olduğunu dile getiriyor. “İstanbul, sadece Türkiye'nin değil yakın coğrafya ticaretinin de kalbi konumunda. Böylesi bir ortamda finans ve teknoloji şirketleri de önemli müşterilerimiz arasında yer alıyor. Dow Jones, Standarts & Poor's ve RIM gibi şirketler bunlardan bazıları” diyen Denel, İstanbul'da yüzde 90 oranında bir doluluk oranına ulaştıklarına dikkat çekiyor. Trump Towers'da yeni merkezlerini açan şirketin bu bölgedeki hizmetlerine henüz nisan ayında başlamasına rağmen yedi firmaya ulaşması da bu bölgedeki potansiyeli gösteriyor. 88 kişiye hizmet verebilen Trump Towers merkezindeki şu anki doluluk oranı ise yüzde 25'i geçmiş durumda.

Yeni lokasyonlar gelebilir

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de firmaların talepleri ofislerinin ulaşım noktalarına en yakın noktalarda olması üzerine kuruluyor. Avrupa'da özellikle Fransa ve Hollanda'da Regus'un tren istasyonlarında esnek çalışma ofislerini belirten Denel, Berlin'de ise Shell benzin istasyonlarında 70 esnek çalışma lokasyonu olduğunu belirtiyor.

“Türkiye'de özellikle gelecek dönemde havalimanlarının ya da metroların bulunduğu yerlerde esnek çalışma ofisleri açılımlarımız olabilir.



Yeni merkez Trump Towers'ta

Trump Towers'ta açılan yeni Regus merkezi, İstanbul'un hareketli Mecidiyeköy bölgesinde, Avrupa'nın ilk Trump Towers binasının 18'inci katında yer alıyor. “Binanın göz alıcı tasarımı, çarpıcı İstanbul ve Boğaz manzarası ile dikkat çekerken, şirketler için de sofistike ve prestijli bir lokasyon sunuyor” diyen Ülke Müdürü Erim Denel, Regus Nida Kule merkezinin de feribot iskelesi ve deniz limanlarının yanı sıra metro ve otobüs duraklarına olan yakınlığıyla da çalışan ve müşteriler için çok uygun bir lokasyon görevi gördüğünü dile getiriyor.

Şirketlerin herhangi bir sosyal alanda iş yapmaktansa ulaşım açısından da kilit bir noktada olmaları hem kendileri hem de şirketlerinin prestiji açısından daha etkili olacaktır niyetinde” diyen Denel, sadece çok uluslu şirketlerin ya da KOBİ'lerin değil, girişimcilerin ve mobil çalışanların da bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılayacaklarını sözlerine ekliyor.

Kendisine miras kalan reçeteyi markalaştırdı

Organik kozmetik ürünleriyle bilinen Fresh Line, bir torunun sahip çıktığı geçmişine uzanan bir marka. Yunanistan merkezli markayı Türkiye'ye getiren de Ankaralı girişimci bir iş kadını Gülşah Ertuğrul. Ertuğrul, kısa zamanda tutulan markayı bu yıl sonunda 5 mağaza çıkarmak istiyor.

Güzelliğin tüm zamanların önünde diz çöktüğü bir kavram olduğunu söylemek abartılı olmaz.

Fakat güzellik reçetelerini, en çok geçtiği yer şüphesi Yunan topraklarıdır. Bu alandaki girişimlerin belki de gideceği ilk adres Yunanistan olabilir. Amacımız tarihin tozlu sayfalarına inmek değil. Fakat Yunanistan'da hala güzellik reçetelerinin çıktığı evler var. Organik kozmetik ürünleriyle bilinen Fresh Line markası da böyle bir hikâyeyle yola çıkmış bir şirket.

1992'de kurulmuş olmasına rağmen hikâyesi çok daha eskilere dayanan Fresh Line, bir torunun sahip çıktığı geçmişine uzanan bir marka. Her şey kurucu Mayra Vagioni-Stasinopoulou'nun kendisine onlarca güzellik reçetesi miras bırakan büyükannesinin mutfağında başlar. Büyükannenin yaşadığı ve Yunanistan'ın şifa adası olarak da bilinen Zakintos Adası'nın en önemli özelliği Ege'nin tüm karakteristik bitki, sebze ve meyvelerini içermesi. Bu şanslı torun Stasinopoulou, elinde hazine değerinde olan güzellik tariflerini gün yüzüne çıkarmaya karar verir.

Ülke sınırlarını aşar

Peşi sıra güzellik reçeteleriyle bir şirketini kurar. Az bir sermaye ile sadece taze meyveler, otlar, yağlar, çiçek özleri ve yağ esansları kullanan şirketin ürünleri kozmetik tüketicilerinin beğenisini toplar. Yunanistan'dan çıkan bu hikâye çok geçmeden ülke sınırlarını aşmayı başarır.

Doğal güzelliğin reçetesini hazırlıyor

Fresh Line'ın formüllerinin hiçbiri petrokimyasal, zararlı koruyucular, sentetik yumuşatıcılar ve hayvanlardan elde edilen maddeler içermediğini belirten Gülşah Ertuğrul, "Çevremize saygı duyuyoruz ve ekosistemimizin korunması gerektiğine inanıyoruz. Bu nedenle hayvanlar üzerinde test edilmiş hammaddeleri satın almıyoruz ve geri dönüşümlü ambalajlar kullanıyoruz. El yapımı özgün kozmetikleri satmaktan büyük keyif alıyoruz" diyor.

Zakintos Adası'nda babaannesinden öğrendiği antik Yunan reçetelerini güzellik sektörüne taşımaya başaran Mayra Vagioni-Stasinopoulou kısa zamanda kurduğu markayı franchise'ler ile büyümeye başlar. Rusya, Londra, Paris, Gürcistan, Hong Kong ve Türkiye'de mağazalar açılır. Markayı Türkiye'ye getiren de Ankaralı girişimci bir iş kadını Gülşah Ertuğrul olur.

Uzun yıllar sigorta sektöründe kariyerini

sürdüren Gülşah Ertuğrul, bu girişimini şöyle anlatıyor: "Kendim için tamamen doğal ürünler ararken Fresh Line ile yurt dışında tanıştım, ürünleri kullanıp çok beğendiğim için Türkiye'ye getirmeye karar verdim. Firma yetkileri ile çok olumlu bir iş birliğimiz oldu. Onlar da Türkiye'ye açılmak istiyorlardı. Bu anlamda ilk yatırım maliyetimiz 2008 yılında Ankara'da açtığımız iki mağazamız oldu. O günden beri ise mağaza yatırımlarımız dışında tanıtım faaliyetlerine de 250 bin TL bir yatırım yaptık."

Markayı Türkiye'de büyümeye karar veren Gülşah Ertuğrul, Fresh Line'ın dünyada çok iyi bilinen, organik güzellik denince akla ilk gelen markalar arasında yer aldığını bu nedenle işinin çok zor olmadığını söylüyor.

Online satışa başlıyor

Markanın Ankara'da Armada, Kent Park'da mağazaları, Panora ve YKM'de satış noktaları olduğunu belirten Ertuğrul, bunun yanı sıra Eskişehir Espark'da da bir mağaza açtıklarını kaydediyor. Fakat bu dönemde online satış konusunda ad çalışmalara başladıklarını dile getiren Ertuğrul, markayı kısa sürede franchise'lerle daha hızlı büyümek istediğini ifade ediyor. Bunun içinde ağırlıklı olarak İstanbul'da yoğun bir görüşme trafiği yürüttüklerini anlatan Ertuğrul, "Şu an eminim ki Fresh Line, 2013 yılında daha fazla satış noktasında yer alarak çok daha hızlı büyüyecek.

Öncelikli hedeflerimiz sözünü ettiğimiz gibi İstanbul. Burada marka ile ilgilenen yatırımcılar var. 2013 yılı sonunda 5 mağaza açmayı daha hedefliyoruz. Yeni mağazalar için İstanbul dışında Kayseri, Bursa, İzmir ve Antalya'da markanın konumlanacağı önemli adresler arasında yer alıyor" diye konuşuyor.

Ciroda hedef mağaza başına 600 bin TL

Marka için 2012 yılını da değerlendiren, Ertuğrul, Ankara'nın önemli bir adım olduğunu ve kısa zamanda 2012 yılının büyümeyle geçtiğini belirterek şunları söylüyor: "Ankara'daki büyümemizi tamamladık, şu an için markaya dönük en önemli hedefimiz tanıtım faaliyetlerimiz

arttırarak, İstanbul başta olmak üzere hedeflediğimiz diğer illerde de mağazalaşma faaliyetlerimizi tamamlamak. Bu yıl için mağaza başına ciro beklentimiz ise yıllık 600 bin TL. Bizim odaklandığımız tek yer Türkiye. Burada tüm potansiyel müşterilere ulaşmayı, franchiselar ile hızla büyümeyi hedefliyoruz."

GÜLŞAH ERTUĞRUL



Bozüyük'te 15 milyon dolarlık yatırıma soyundu

Yapı kimyasalları sektöründe yüzde 20'lik bir pazar payına sahip olan Koramic Yapı Kimyasalları, Bozüyük ve Tarsus fabrikalarında yüzde 20'si ihracata yönelik olmak üzere toplamda yıllık 160 bin tonluk üretim gerçekleştiriyor. Yakında Bozüyük tesislerini Eczacıbaşı Grubu'na devredeceklerini ifade eden Koramic Yapı Kimyasalları Genel Müdürü Ali Yıldırım, "Ancak Bozüyük'te 15 milyon dolarlık yeni bir yatırımımız var. 200 bin ton kapasiteli yeni tesisimiz 2014 Haziran ayında üretime geçecek" diyor.

Koramic Yapı Kimyasalları 1998 yılında merkezi Belçika'da bulunan Koramic Building Products S.A. ile Türkiye'nin önde gelen gruplarından biri olan Eczacıbaşı Grubu'nun yüzde 50-50 ortaklık anlaşması sonucunda kurulmuş bir şirket. Ancak 2011 Haziran ayında yapılan anlaşma ile şirketin yüzde 100 hissesi Koramic Grubu'na devredilmiş ve yeni ticari unvanı 'Koramic Yapı Kimyasalları Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi' olmuş.

Türkiye'deki inşaat sektöründe, yapı kimyasalları alanında yeni ürünlerin geliştirilmesi ve üretilmesine öncü olmayı amaçlayan şirket; yıllık 100 bin ton kapasiteli Bozüyük ve yıllık 60 bin ton kapasiteli Tarsus fabrikalarında yüzde 20'si ihracata yönelik olmak üzere toplamda yıllık 160 bin ton yapı kimyasalı üretimi gerçekleştiriyor. Bunlara ek olarak Bozüyük'te yeni bir fabrika yatırımına start verdiklerini belirten Koramic Yapı Kimyasalları Genel Müdürü Ali Yıldırım, "15 milyon dolarlık bu yeni yatırımımızda; toz yapı kimyasallar olarak adlandırılan tüm çimento bazlı kimyasalların yanı sıra, epoksi, poliüretan sistemler ve akrilik ürün sistemleri üretiliyor. 200 bin ton kapasiteye ve 6 bin metrekare kapalı alana sahip olacak olan tesisin 2014 Haziran ayında üretime geçmesi planlanıyor" diye anlatıyor.

Hedefi 60 milyon dolar

2012 yılında, yurt içinde 100 bin tondan fazla yapı kimyasalı ve buna ilaveten 1 milyon metrekare Vitratherm markalı ısı yalıtım sistemi satışı gerçekleştiren şirket; büyüme trendi ile yoluma devam ediyor. 2013'te 55 milyon TL ciro hedefledikleri fakat asıl büyüme planlarının 2017 yılında gerçekleşeceğini ifade eden Yıldırım, şu görüşleri dile getiriyor: "Şirketimiz için çizdiğimiz büyüme stratejilerimizde Türkiye'nin en büyük 500 sanayi şirketinden biri olmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki 4 yılın sonunda hedeflediğimiz ciro; 8 milyon doları ihracat satışı olmak kaydıyla toplamda 60 milyon dolar. Bu hedeflerimize ulaşmak için 3 yıllık bir yatırım planı hazırladık. Yatırım planlarımızı içinde yer alan en büyük adımı da geçtiğimiz ay attık. Eczacıbaşı Grubu ile yaptığımız özel anlaşma gereği şu an halen Bozüyük'te üretime devam etmekte olan tesisimizi yakın bir zamanda kendilerine iade edeceğiz."

Şirket, geçtiğimiz ay, 15 milyon dolarlık yatırımla en ileri teknolojilerle kurulacak fabrikalarından ilki ve Ağustos 2014 itibarıyla üretime geçmesi planlanan Bozüyük'deki yeni tesisin inşaatına başlamış durumda.

Irak hedef pazarlarından

Şirket, yeni fabrika yatırımının yanı sıra;

Karadeniz, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde de yeni üretim tesisleri kurmak veya var olan tesisleri satın almak için çalışmalarına devam ediyor. 2017'ye kadar Bozüyük ve Tarsus'ta iki ana üretim tesisi ve Karadeniz, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde üç uydu tesisi yatırımı yapmayı hedeflediklerini söyleyen Yıldırım, şunları ekliyor: "Bozüyük için 15 milyon dolar, üç uydu tesisi içinse 7.5 milyon dolarlık yatırım planlıyoruz. Önümüzdeki dört yılda 22.5 milyon dolarlık yatırım hedefliyoruz. Türkiye pazarındaki payımızı arttırmanın yanı sıra; Türkiye çevresindeki pazarlarda da büyümeyi planlıyoruz. Hedef pazar olarak; Irak, Tunus, İran, Suudi Arabistan ve Rusya'nın güney bölgelerinde ihracat payımızı arttırmayı hedefliyoruz."

15'inci yılını kutluyor

Koramic Yapı Kimyasalları'nın ürün yelpazesinde; yapıştırma harçları, derz dolgu malzemeleri, su yalıtım malzemeleri, kendinden yayılan şaplar, astar ve harç katkıları, uygulama sonrası temizlik ve bakım ürünleri, tamir ve yüzey düzeltme sıvaları, karo seramik uygulama aletleri; poliüretan ve epoksi esaslı zemin kaplama ve su yalıtım malzemeleri ile dış cephe ısı yalıtım sistemleri bulunuyor.

Bu yıl itibarıyla Türkiye'deki 15'inci yılını kut-



ALİ YILDIRIM

2 milyar dolarlık potansiyel var

Son 10 yılda inşaat sektörüne göre daha yüksek bir büyüme hızı yakalayan yapı kimyasalları sektörü; yaklaşık 2 milyar dolarlık bir potansiyele sahip. Yasal düzenlemelerin ısı ve su yalıtımını zorunlu kılması, gelişim potansiyeli ve Türkiye'nin coğrafi avantajının getirdiği ihracat olanaklarının etkisi sektörü hareketlendirdi. Sektör; birçok alt segmentiyle önemli bir gelişim ve canlanma trendi yakaladı. Bu gelişim trendinde 2012-2015 yılları için minimum yüzde 15 civarında büyüme bekleniyor. Yapı kimyasalları sektöründe ulusal olarak faaliyet gösteren yaklaşık 10-15 firma bulunuyor. Ancak yerel üreticiler de katıldığında rakam 500'ü geçiyor. Marka sayısının çokluğunun sektör açısından bir avantaj olmadığını söyleyen Yıldırım, şu değerlendirmede bulunuyor:

“Önemli olan inovasyon ve çözüm ortağı olabilmek. Ulaştırma Bakanlığı ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2012 planlarında ciddi altyapı ve üst yapı inşaatları bulunuyor. 2023'e kadar 65 milyar dolarlık altyapı yatırımı olması planlanıyor. Bunun yüzde 60'ı 2015'e kadar hayata geçmiş olacak. Sadece Ulaştırma Bakanlığı'nın 7 mega projesi için 32 milyar dolarlık bir bütçe ortaya çıkıyor. Geçtiğimiz günlerde yasalaşan Kentsel Dönüşüm Projesi, önümüzdeki 15 yıl için 400 milyar dolarlık çok büyük bir pazar yaratacak ve tüm bu gelişmeler iç pazarı oldukça hareketlendirecek. Ayrıca Türkiye'nin 2023'te 500 milyar dolarlık ihracat hedefi bulunmakta ve bunun 300 milyar dolarının inşaat sektöründen gelmesi bekleniyor.”

layan Koramic Yapı Kimyasalları; Vitra Fix ve Vitra Therm markalarının yanı sıra 2011 yılı itibarıyla Türk pazarına tanıtıma başladığı Cermix markası ile birlikte, yapı sektöründe 122 değişik tip ürünle hizmet veriyor. Şu anda Koramic bünyesinde 70 personelin görev yaptığını söyleyen Yıldırım, “Yeni fabrikamız tamamlandığında ve önümüzdeki dönemler için planladığımız yeni üretim tesisleri ile bu sayının birkaç yıl içinde 140'ı aşmasını bekliyoruz. Sektörde yüzde 20'lik bir pazar payına sahibiz ve yeni yatırımlarla hedefimiz; bir yandan yurt içi pazar payımızı artırırken bir diğer yandan ihracattan daha fazla pay elde edebilmek” diyor.

Balkanlar'da fırsat görüyor

Şirket geçen yıl satışlarının yüzde 20'sini komşu ülkeleri başta olmak üzere; özellikle ABD,

Kanada, Kuzey Afrika, Ortadoğu, Avustralya Rusya ve CIS ülkeleri ile Fransız adalarına yapmış bulunuyor. Koramic Türkiye olarak; Reunion, Fransız Guyanası, Martinik, Maldivler ve Yeni Kaledonya gibi okyanus adalarındaki projelere bile çözüm ortağı olduklarını dile getiren Yıldırım, “Jamaika'da tren istasyonundan Maldivler'de havaalanına, Mısır'daki Kahire Kulesi'nden Dubai'deki Palm ve World projelerine kadar birçok projede nitelikli ürünlerimizle yer aldık. Bu yıl da yeni pazar arayışlarımız sürüyor. Libya ve Suriye'de halen devam eden belirsizlikler nedeniyle özellikle Orta Asya Cumhuriyetleri'nde faaliyetlerimizi artırarak devam etmeyi düşünüyoruz. Bu arada Doğu Avrupa ve Balkan ülkelerini de fırsat olarak görüyoruz ve bu pazarlarda daha aktif olmayı planlıyoruz.”



KOBİLGİ

Doc. Dr.
Volkan Demir

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



KOBİ'lerde bilgi sistemleri ve ERP

İşletmelerde entegre edilmiş kurumsal kaynak planlaması (ERP- Enterprise Resource Planning Systems) sistemleri kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Yazılım sistemleri kullanımında ERP sistemlerinin öneminin artmasının en büyük nedeni, ERP'nin işletme faaliyetlerinin etkinliğini artıracağına inanılmasıdır.

Kurumsal kaynak planlama sistemleri (Enterprise Resource Planning Systems-ERP), işletme faaliyetlerini ve karar alma süreçlerini desteklemek amacıyla kurulan; bünyesinde çeşitli yazılım ürünlerini barındıran sistemlerdir. İşletmelerde muhasebe bilgi sisteminin değer yaratabilmesi için bilgi teknolojilerinden faydalanması gerekmektedir. Bilgi teknolojileri ise yazılım ve donanım olmak üzere iki aşamada incelenebilir. Kurumsal kaynak planlaması (ERP-Enterprise Resource Planning Systems) sistemleri; bilgi teknolojilerinin yazılım (güçlü donanımlara sahip) kısmını oluşturmaktadır.

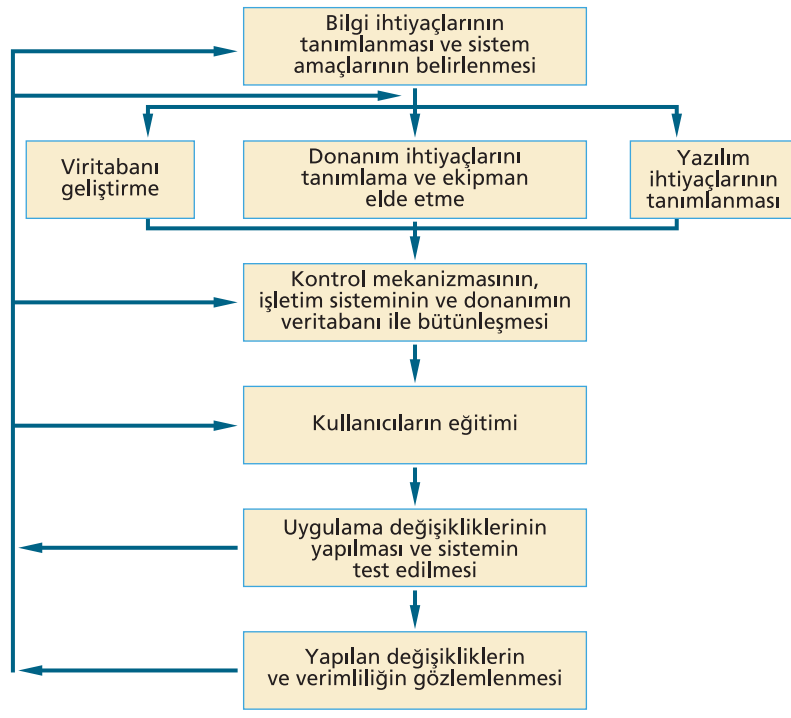
Bilgi teknolojilerine dayalı Muhasebe Bilgi Sistemi kurulumunun başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi için işletmelerin ERP sistemlerine olan ihtiyacının tüm organizasyon birimleri bazında iyi tespit edilmesi

gerekmektedir. Aksi halde işletmelerin ihtiyaçlarından fazla teknolojik yapıya sahip, etkin olmayan kaynak kullanımı söz konusu olabilir ya da kullanılacak ERP sistemi işletmelerin ihtiyaçlarına cevap vermeyebilir.

inanıldığını ortaya koymuştur. Özellikle işletmeler ERP sistemlerinin;

- Maliyetleri azaltmasını,
- Karar alma sürecine destek olmasını,
- Daha güvenilir ve hızlı bilgi

Başarılı bilgi sistemi kurulma aşamaları



ERP ve işletme Maliyetlerine Etkisi Yapılan araştırmalar, ERP sistemlerinin işletme performansını artıracağına

akışı sağlamlasını,
■ İşletme fonksiyonları arasında entegrasyonu sağlayarak müşteri tatminini artırmasını,

- İşletme içinde ve tedarik zinciri boyunca bilgilere kolayca ulaşmayı sağlamasını,
- E-ticareti mümkün kılmasını beklemektedirler.

toplayarak ve işleyerek,

- Çalışanların performansını etkin biçimde göstererek,
- İletişim kanallarını düşük maliyetle tutarak.

üzerinden belli bir süre geçmesi gerekir. ERP sistemlerinin kurulumlarının ilk yıllarında işletme performansını artırmaları beklenmemelidir.

ERP sistemlerinin maliyetlere etkisi

Maliyet Türü	ERP Etkisi	İlgili Maliyet Kategorisi
İç Koordinasyon Maliyetleri		
Vekâlet Maliyetleri		
İzleme Maliyetleri	Yönetimsel izleme maliyetlerini azaltır.	Genel Yönetim Giderlerini, Genel Üretim Giderlerini ve dolayısıyla Stok ve Satılan Mamul Maliyetini azaltır.
	Ürün ve bilgi hata maliyetlerini azaltır.	
	Yönetimsel raporlama maliyetlerini azaltır.	Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderlerini, Genel Yönetim Giderlerini, Genel Üretim Giderlerini ve dolayısıyla Stok ve Satılan Mamul Maliyetini azaltır.
Bağlanma Maliyetleri	Karar alma sürecinin kalitesini artırır.	
	Satışları artırır ve/veya maliyetleri azaltır.	
Bilgi Maliyetleri	Karar alma sürecinin kalitesini artırır.	
-Bilgi İşleme Maliyetleri	Yetersiz iletişimden kaynaklanan maliyetlerini azaltır.	
-Bilgi Eksikliği Maliyetleri		
Dış İletişim-İşlem Maliyetleri	Bilgi arama maliyetlerini azaltır.	Genel Yönetim Giderlerini azaltır.
	Stok taşıma maliyetlerini azaltır.	
	Stok bulundurma (elde tutma) maliyetlerini azaltır.	
	Satıcılarla iletişim maliyetlerini azaltır.	

Kaynak: Robin Poston; Severin Grabski; "Financial Impacts of Enterprise Resource Planning Implementations", International Journal of Accounting Information Systems, 2001, Vol. 2, s. 276.

ERP ve İşletme Performansına Etkisi Genellikle bilgi teknolojilerinin aşağıdaki unsurlar sayesinde firma performansını artıracakları iddia edilmektedir:

- Firma faaliyetlerinin ölçek etkinliklerini artırarak,
- İşlem maliyetlerini azaltarak,
- Karar alma sürecinde kullanılabilen bilgiyi zamanında

Aşağıdaki tabloda bilgi teknolojisi yatırımlarının işletme performansını nasıl etkilediğini göstermektedir:

ERP ve KOBİ'lerde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

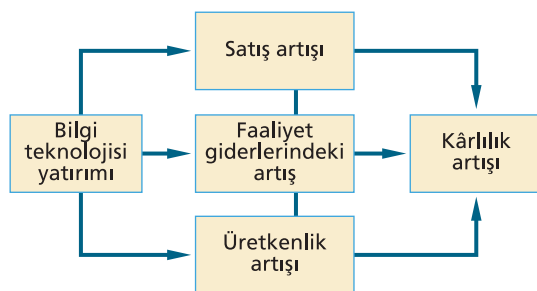
ERP sistemleri kurulumunun işletme performansı üzerinde olumlu etkisinin ortaya çıkabilmesi için bazı şartların

nedeniyle elde edilen kazanımların etkisi yok olabilmektedir. Dolayısıyla ERP sistemleri entegre edilmeden önce, sağlanabilecek olası kazanımlar ve yatırım maliyetleri karşılaştırılmalı; olası kazanımların yatırım maliyetlerinden yüksek olması halinde kurulum kararı verilmelidir.

KOBİ büyüklüğündeki işletmelerin finansal kaynakları oldukça sınırlı olduğundan bilgi sistemleri ve ERP ihtiyaçlarını doğru saptamaları ve bunlara göre satın alma yapmaları gerekmektedir.

Bu nedenle de KOBİ'ler için önerimiz ERP sistemleri ihtiyaçlarını doğru analiz edebilmeleri ve ihtiyaçlarına en uygun çözümü sunacak sistem için teknik şartname hazırlamalarıdır.

Bilgi teknolojisi yatırımlarının işletme performansı



Kaynak: Qing Hu; Robert Plant; "An Empirical Study of the Casual Relationship Between IT Investment and Firm Performance", Information Resources Management Journal, Vol. 14, Jul-Sep 2001, s. 18.

varlığı gerekmektedir. Bu şartlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- İşletmelerin ERP sistemlerinden sağladıkları finansal kazanımları rekabet ortamında düşük fiyatlarla tüketicilere yansıtılabilmeleri ve bu şekilde finansal performanslarını artırılabilmeleri için ERP kurulumunun

Haziran 2013

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
10.Uluslararası İstanbul İplik Fuarı 2013	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	Pamuk,Yün, Sentetik, Rejenere, Doğal, Teknik İplikler, Eyalet, Bobin, Masuralar	İstanbul
ITM TEXPO EURASIA 2013	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	30.Uluslararası Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasallar Fuarı : Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasallar	İstanbul
HIGHTEX 2013	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	İstanbul Teknik Tekstiller ve Nonwoven Fuarı: Teknik Tekstiller ve Nonwoven ve Üretim Teknolojileri, Kompozitler Hammaddeler, Kimyasallar	İstanbul
Subconist 2013	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	11.Uluslararası Yan Sanayi Ürünleri Fuarı: Ana Sanayi Firmalarının Yan Sanayicileri Buluşması	İstanbul
Transport Lojistik 2013	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	Uluslararası Transport Araçları, Ekipmanları, Ekipman ve Yönetim Teknolojileri	İstanbul
Arüsder 2013 Araçüstü Ekipmanları Fuarı	29 Mayıs 2013 - 01 Haziran 2013	Araç Üstü Ekipmanları	İstanbul
KOMATEK 2013	29 Mayıs 2013 - 02 Haziran 2013	13.Uluslararası İş ve İnşaat, Makine, Teknoloji ve Aletleri Fuarı: İş ve İnşaat, Makine, Teknoloji ve Aletleri	Ankara
Bursa Doğa, Av 2013	30 Mayıs 2013 - 02 Haziran 2013	5.Uluslararası Doğa Sporları, Avcılık, Atıcılık, Balıkçılık, Alternatif Turizm, Arazi Araçları, Yaz Sporları, Spor Giyim, Karavan ve Kamp Malzemeleri Fuarı	Bursa
FUTURE FISH EURASIA	06 Haziran 2013 - 08 Haziran 2013	7.Uluslararası Su Ürünleri İhracat ve İşleme, Akvakültür ve Balıkçılık Teknolojileri Fuarı: Su Ürünleri İhracat ve İşleme, Akvakültür, Balıkçılık,	İzmir
Natural Stone 2013	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	10.Uluslararası Mermer, Doğal Taş Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı: Mermer, Doğal Taş ve Teknolojileri	İstanbul
Animolia İstanbul 2013	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	10.Hayvanlık ve Teknolojileri Uluslararası Fuarı: Hayvanlık ve Teknolojileri, Süt/Besi Endüstrisi ve Ekipmanları, Organik Süt ve Et Ürünleri	İstanbul
WIN Metal Working '13	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	18.Makine imalatı ve Metal İşleme Teknolojileri Fuarı: Makine İmalatı ve Metal İşleme Teknolojileri	İstanbul
WIN Surface Treatment '13	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	7.Yüzey İşleme Teknolojileri Fuarı: Yüzey İşleme Teknolojileri	İstanbul
WIN Welding '13	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	13.Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri Fuarı: Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri	İstanbul
2.İstanbul Av, Silah ve Doğa Sporları Fuarı	06 Haziran 2013 - 09 Haziran 2013	Av, Silah ve Doğa Sporları Ürünleri	İstanbul
22.ACI Avrupa Genel Kongresi ve Fuarı	11 Haziran 2013 - 12 Haziran 2013	Havalmancılık, Sivil Havacılık	İstanbul
1.Uludağ Sağlık Turizmi ve Fuarı	12 Haziran 2013 - 15 Haziran 2013	Sağlık Turizmi, Kaplıcalar, Hastaneler, Huzurevi, Oteller, Ürün ve Hizmetler	Bursa
VW TÜRKİYE 2013	13 Haziran 2013 - 15 Haziran 2013	Tavukçuluk Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul
Beauty Eurasia	13 Haziran 2013 - 15 Haziran 2013	9.Uluslararası Kosmetik, Güzellik Kuaför Fuarı: Kosmetik, Güzellik, Parfüm, Estetik, Kuaför, Temizlik	İstanbul
REW İstanbul 2013	13 Haziran 2013 - 16 Haziran 2013	9.Uluslararası Geni Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi Fuarı: Deri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi	İstanbul
Alyon Mermer Fuarı	13 Haziran 2013 - 16 Haziran 2013	Mermer Doğalgaz ve Teknolojileri	Afyonkarahisar
Allgreen Yenilenebilir ve Sürdürülebilir Enerji Fuarı	13 Haziran 2013 - 16 Haziran 2013	Yenilenebilir ve Sürdürülebilir Enerji Uygulama, Teknoloji ve Çözümleri	İstanbul
DLG-ÖCP Tarla Günleri 2013	13 Haziran 2013 - 16 Haziran 2013	Açık Alan Uygulamalı Tarım Fuarı	Konya
Türkiye Madencilik Show 2013	18 Haziran 2013 - 19 Haziran 2013	Türkiye Madencilik Sektörü, Yatırımları ve Gelişmeler	İstanbul
International Bodrum Yacht Show 2013 (33.)	19 Haziran 2013 - 23 Haziran 2013	Yatçılık ve Yat Ekipmanları	Muğla
ITVF- İstanbul TV Forum ve Fuarı	20 Haziran 2013 - 22 Haziran 2013	TV Market ve Yayınlık Forum ve Fuarı	İstanbul
29.Konya Ayakkabı Yan Sanayi ve Moda Fuarı	20 Haziran 2013 - 23 Haziran 2013	Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Modası	Konya
Ayakkabı Kış "34.İzmir Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları Fuarı"	20 Haziran 2013 - 23 Haziran 2013	Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları	İzmir
TRIKONEX 3.Triko, Triko İpliği, Kont.ve Tekn.	20 Haziran 2013 - 23 Haziran 2013	Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri	Gaziantep
İstanbul Beyaz Eşya, Elektrikli Ev Aletleri	26 Haziran 2013 - 29 Haziran 2013	Beyaz Eşya, Tüketici Elektronikleri, Yan Sanayi	İstanbul
Edirne Sanayi ve İş Fuarı	03 Temmuz 2013 - 07 Temmuz 2013	Traktör ve Tarım Ekipmanları, Otomotiv, Beyaz ve Kahverengi Eşya, Elektronik Aletler	Edirne
21.Malatya Genel Sanayi ve Ticaret Fuarı	03 Temmuz 2013 - 07 Temmuz 2013	Sanayi ve Ticaret Ürünleri	Malatya
Gapshoes	04 Temmuz 2013 - 07 Temmuz 2013	17.Uluslararası Ayakkabı, Terlik, Saracıye ve Yan Sanayi Fuarı: Ayakkabı, Terlik, Saracıye ve Yan Sanayi	Gaziantep
24.Dini Yayınlar ve Kitap Fuarı	09 Temmuz 2013 - 18 Temmuz 2013	Kitap, Süreli Yayınlar	Malatya
32.Kitap ve Kültür Fuarı	15 Temmuz 2013 - 03 Ağustos 2013	Baskılı Sesli, Görüntülü Yayınlar	İstanbul
32.Kitap ve Kültür Fuarı	15 Temmuz 2013 - 03 Ağustos 2013	Baskılı, Sesli, Görüntülü Yayınlar	Ankara
Marathon Expo 2013	08 Ağustos 2013 - 11 Ağustos 2013	Spor ve Sağlık Yaşam Fuarı	İstanbul
6.Çorlu Tarımteç 2013	14 Ağustos 2013 - 18 Ağustos 2013	Tarım Hayvancılık, Tohum, Meyvecilik, Sulama ve Teknolojiler	Tekirdağ
DLG-ÖCP Tarım ve Teknoloji Günleri 2013	15 Ağustos 2013 - 18 Ağustos 2013	Açık Alan Uygulamalı Tarım Fuarı	Tekirdağ
Konya Tohum 2013	22 Ağustos 2013 - 24 Ağustos 2013	3.Tohumculuk Fidanlık, Bahçe Bitkileri, Ziraî Mücadele, Sulama, Gübreleme ve Ekipmanları Fuarı: Tohumculuk, Fidanlık, Bahçe Bitkileri, Ziraî Mücadele, Sulama, Gübreleme, ve Ekipmanları	Konya
25.Uluslararası Anne Bebek Çocuk Ürünleri Fuarı	22 Ağustos 2013 - 25 Ağustos 2013	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	İstanbul
2013 FDI Dünya Dış Hekimliği Kongresi	28 Ağustos 2013 - 31 Ağustos 2013	Dış Hekimliği ve Teknolojileri	İstanbul
İzmir Enternasyonal Fuarı (82.)	29 Eylül 2013 - 08 Eylül 2013	Genel Ticaret	İzmir
Mobil İletişim, Kart ve Ödeme Türkiye 2013	03 Eylül 2013 - 04 Eylül 2013	Mobil İletişim, Kart ve Ödeme Sistemleri, Teknolojiler ve Çözümleri	İstanbul
20.Van Asya İpekyolu San. ve Tic. Tedarik İhtisas F.	04 Eylül 2013 - 08 Eylül 2013	Sanayi ve Ticaret Sektörü Tedarikçileri	Van
Avrasya Otoyol, Asfalt ve Yol Teknolojileri Fuarı	05 Eylül 2013 - 07 Eylül 2013	Otoyol, Asfalt, Akaryakıt İstasyonları Teknolojileri	İstanbul
Orta Doğu Halı Fuarı	05 Eylül 2013 - 08 Eylül 2013	Halı, Yan Sanayi Ürünleri	Gaziantep
Complex 2013	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	38.Uluslararası GameX/Complex Bilgisayar ve Dijital Oyun Fuarı: Bilgisayar ve Bilgisayar Oyunları Teknolojileri,	İstanbul
Gıda 2013 Worldfood İstanbul	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	21.Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı: Gıda Ürünleri ve Teknolojileri	İstanbul
IPACK 2013	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	28.Uluslararası Ambalaj, Paketleme ve Gıda İşleme Sistemleri Fuarı: Ambalaj, Paketleme ve Gıda İşleme Sistemleri	İstanbul
Mersin Boat Show	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Denizcilik, Motorlu ve Yelkenli Deniz Araçları ve Su Sporları	Mersin
Mersin Av ve Doğa Sporları Fuarı	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Av ve Doğa Sporları	Mersin
SAM-GIDA Samsun Gıda ve Teknolojileri ve EDT F.	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Gıda, Gıda İşleme, Paketleme, İçecek, Teknoloji ve Endüstrileri.	Samsun
SAM-TARIM	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Tarım, Hayvancılık, Ziraî Donatılar,	Samsun
Kablo Tel 2013 Fuarı	5 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Kablo Tel, Kablo Aksesuarları, Kablo Gruplama ve Elektro İzolasyon Malzemeleri ve Ekipmanları	İstanbul
Farmavizyon 2013 - 7.Farmavizyon Eczacılık Fuarı	6 Eylül 2013 - 8 Eylül 2013	Eczacı ve Eczane Ekipmanları, Hizmet ve Ürünleri	İstanbul
Contemporary İstanbul Çağdaş Sanat Fuarı	8 Eylül 2013 - 15 Eylül 2013	Çağdaş ve Güncel Sanat	İstanbul
AET'13	11 Eylül 2013 - 12 Eylül 2013	Enerji, Finansman, Yatırım, Danışmanlık, Verimlilik	İstanbul
25.EAIE Konferansı ve Fuarı	11 Eylül 2013 - 13 Eylül 2013	Uluslararası Yüksek Üretim	İstanbul
20.Van-Asya İpekyolu San. ve Tic. Tedarikçileri Fuarı	11 Eylül 2013 - 15 Eylül 2013	Sanayi ve Ticaret Sektörü Tedarikçileri	Van
PaintExpo Eurasia 2013	12 Eylül 2013 - 14 Eylül 2013	Endüstriyel Boyalar, Tuz Boyalar, Boya Uygulama Ekipmanları ve Teknolojileri	İstanbul
TURKCOAT COATINGS SHOW EURASIA 2013	12 Eylül 2013 - 14 Eylül 2013	5.Uluslararası Coatings Fuarı: Boya, Mürekkep, Yapıştırıcı Kimyasallar, İzolasyon, Dolgu Maddeleri, Hammaddeler ve Üretim Ekipmanları	İstanbul
STT Eurasia 2013 Yüzye İşlem Teknolojileri Fuarı,	12 Eylül 2013 - 14 Eylül 2013	Ön İşlem, Yüzye İşlem Kimyasalları, Makine Ekipman ve Teknolojileri	İstanbul
11. Bayım Olur musun?	12 Eylül 2013 - 15 Eylül 2013	Franchising ve Markalı Bayılık Fuarı 2013: Bayılık, Distribütör ve Franchise Veren Firmalar	İstanbul
Çukurova 5.Üretim Teknolojileri Fuarı 2013	12 Eylül 2013 - 15 Eylül 2013	Metal İşleme Makineleri, Kaynak, Delme, Kesme Teknolojileri, El Aletleri, Hidrolik-Pnömatik Sistemler, Yükleme, İstifleme, Depolama,	Adana

Haziran 2013

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Haziran 2013 Pazartesi

- 16-31 Mayıs 2013 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

11 Haziran 2013 Salı

- 16-31 Mayıs 2013 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi

17 Haziran 2013 Pazartesi

- Mayıs 2013 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi

20 Haziran 2013 Perşembe

- Mayıs 2013 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Alkollü İçeceklere İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu
- Mayıs 2013 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait İlan ve Reklâm Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Haziran 2013 Pazartesi

- Mayıs 2013 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
- Mayıs 2013 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı

25 Haziran 2013 Salı

- 1-15 Haziran 2013 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Haziran 2013 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi

26 Haziran 2013 Çarşamba

- Mayıs 2013 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi

30 Haziran 2013 Pazar

- Haziran 2013 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Ödemesi

1 Temmuz 2013 Pazartesi

- Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Gelir Vergisi 2. Taksit Ödemesi
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Mayıs 2013 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi



Sbarro beş yılda 200 restorana ulaşacak

Pizza ve makarna gibi İtalyan lezzetlerini TAB Gıda bünyesinde sunan Sbarro, Türkiye'de hedef büyüttü. Sbarro franchising vererek, Türkiye'de beş yılda 200 restorana ulaşmayı hedefliyor.

TAB Gıda bünyesinde faaliyet gösteren, pizza ve makarna başta olmak üzere, İtalyan lezzetlerini sunan Sbarro Türkiye, 2012 yılındaki başarıları ile tüm diğer franchise ülkelerini geride bırakarak, Sbarro LLC tarafından üç ödüle birden layık görüldü. TAB Gıda, '2012 Yılı En Hızlı Büyüme', '2012 Pazarlama Alanında En Başarılı Franchise', Sabiha Gökçen Havalimanı'nda yer alan Sbarro Restoranı ile '2012 Yılı Önceki Yıla Göre En Büyük Satış Artışı Gerçekleştiren Restoran' olmak üzere üç ayrı ödül aldı.

Sbarro'nun Global Franchise Başkanı Randy Jones, Sbarro'nun Türkiye'deki büyümesinin TAB Gıda ile tüm dünya Sbarro restoranlarına örnek olduğunu ifade ediyor. Jones, "Sbarro Türkiye'nin marka için yaptığı yatırımlar uluslararası pazarda büyüme stratejisine de yön verdi. Reklam çalışmaları, POP materyalleri, pazarlama aktiviteleri ile örnek oldu" diyor.

Sbarro 2007 yılından beri, hızlı servis alanında, Burger King, Popeyes ve Arby's de dahil olmak üzere, dört uluslararası markanın master franchise'ı olan ve toplam 700'ün üzerinde restoranı bulunan TAB Gıda bünyesinde hizmet veriyor. İlk Sbarro restoranını İzmir Balçova'da açan TAB Gıda, beş yıl içerisinde 29 ilde 93 adet restorana ulaştı.

Yükselen piyasaları hedefliyor

Sbarro dünya çapında ise 440'tan fazlası uluslararası olmak üzere bin lokasyonda hizmet ediyor. Sbarro'nun önümüzdeki beş yıl için Güney Amerika, Orta Doğu, Afrika ve Asya'da bütün yükselen piyasaları içeren bir fast food restoran zinciri oluşturmayı hedefleyen agresif



"Türkiye büyümede umut verici"

Türkiye pazarını değerlendiren Randy Jones, şunları söylüyor: "Türkiye, dünyanın henüz endüstrileşen ülkelerinden biri olması nedeniyle bu, onu yükselen bir pazar yapıyor. Turizm Türkiye'de en dinamik ve en hızlı gelişen sektörlerinden biri olmaya devam ediyor. 200'den fazla, yeni AVM'nin açılması büyüme anlamında oldukça umut verici. Biz franchise ortağımız TAB Gıda'ya menümüzü ve çeşitlerimizi geliştirerek müşteri geri dönüşü ve sadakatini artırmak amacıyla destek sağlamak için çalışıyoruz."

bir büyüme stratejisi yürüttüğünü söyleyen Jones, Türkiye'ye yönelik büyüme hedeflerini ise şöyle anlatıyor:

"Sbarro Türkiye'de gelecek beş yıl içinde 200'ü aşan bir fast food restoran zinciriyle büyüyecek. Franchise partnerimiz TAB Gıda, Sbarro'nun Türkiye pazarındaki marka bilinirliğini yerel pizza lezzetleri sunarak artırmak için oldukça etkin. Ek olarak yerel halkın katılımını sağlamak ve sadık misafirlerimizin Sbarro'ya geri dönmelerini sağlayacak çalışmalara odaklanılmış durumda."

Yatırım maliyeti 400 bin dolar

Franchise olarak şube açmak isteyen yatırımcılarda, girişimci bir ruha ve başarıya hırslı olma, yönetim tecrübesi ile birlikte başarılı bir iş geçmişi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara sahip olabilmek gibi şartlar aradıklarını belirten Jones, seçilen işletme adayının, Tab Gıda tarafından verilen eğitim programına katıldığını ifade ediyor. Değerlendirme sonucunda işletme olabileceği hakkını kazanabiliyor.

İşletmecilere, restoranın açılış hazırlıkları süresince ve açılışın ilk gününden itibaren pazarlama, reklam, satın alma ve lojistik, eğitim, insan kaynakları, operasyon, kalite kontrol gibi destek hizmetleri veriliyor.

Yaya ve araç trafiğinin yoğun olduğu bölgeler, alışveriş merkezleri, sinema, okul, ders hane yakınları, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler restoran açılacak mekanda aranan özellikler arasında yer alıyor. Restoran açılacak lokasyon Tab Gıda yetkilileri tarafından onaylanıyor ve kiralanıyor. Yatırım maliyeti restoranın yerine, tipine ve büyüklüğüne bağlı olarak değişmekle birlikte 400 bin dolar üzerinden başlıyor. Net ciro üzerinden yüzde 13 katkı payı alınıyor.

MAL TALEP

15 Yurt dışından işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'ya Mayıs ayı içerisinde birçok değişik ülkeden ve sektörden işbirliği talepleri geldi. Baladur ağacı cevizi satmak isteyenlerden, çağla bademi satışı gerçekleştirme talebinde bulunana, turunçgil karton üreticisi arayandan hurda satın almak isteyenlere kadar pek çok değişik alanda yeni işbirliği fırsatları söz konusu. ABD'den Almanya'ya Hong Kong'dan İran'a kadar dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen 15 adet işbirliği teklifini sizler için derledik.

1 ABD
Firma Adı: Mukhtar Enterprises Inc.
Adres: 1815 West Lunt Avenue Chicago IL 60626 United States
Yetkili Kişi: Maurice Mukhtar Weaver/President and CEO
Tel: +1.312.8819724;
e-mail: mukhtarmaurice@gmail.com
 Firma, Batı Afrika'dan tedarik edeceği ham baladur ağacı cevizi satmak istediğini bildiriyor. (25,000 metric tons of raw, organic cashew nuts from Guinea-Bissau. Specs: Grades: T1 to T5 Out Turn: 52-54 Account Number: 190-220 Humidity: 8-9% Defection: % 1)

2 YUNANİSTAN
Firma Adı: Model Line
Adres: Parasiyou 16 komotini 69100
Yetkili Kişi: Cevat Demir
Tel: +30.699.900 26 12
 Yunanistan'da küçük ve büyük baş canlı hayvan ihrac eden firma; Türkiye'de canlı hayvan ithal eden firmalarla bağlantı kurmak istiyor. (Fiyatlar FOB olarak belirlendi: Canlı kuzu kilo fiyatı: 3.30 Euro; büyük baş besi canlı dana kilo fiyatı: 3.95

Euro; kasaplık canlı dana kilo fiyatı: 2.90 Euro)

3 GÜNEY AFRIKA
Firma Adı: AFRILUBE (PTY) LTD
Adres: P O Box 1701 - Gallo Manor 2052 - South Africa
Yetkili Kişi: Peiman Hussain (Managing Director)
Tel: +27.11.258 8889;
Faks: +27.11.258 8511;
e-mail: info@afrilube.co.za;



web: www.Afrilube.com
 Firma, yağlama yağları (lubricants) konusunda Türkiye'deki firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Birliğimize Güney Afrika Büyükelçiliği aracılığıyla iletildi.

4 Firma Adı: Sesfikile Wines
Yetkili Kişi: Nondusimo Pikashe
e-mail: ndumi@sesifikile.co.za
 Firma, Güney Afrika şarabı ihrac etmek istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Güney Afrika Büyükelçiliği aracılığıyla iletildi.

5 Firma Adı: Ej Express Pty Ltd.
Yetkili Kişi: Eddie Matonie
e-mail: matoniee@gmail.com
 Firma, Türkiye'den bakır hurdası satın almak istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Güney Afrika Büyükelçiliği aracılığıyla iletildi.

6 Firma Adı: Mission Point
 South Africa
Yetkili Kişi: Kagiso Jansen
Tel: +27.51.448 9392;
e-mail: kagiso@kmhrc.co.za
 Firma, öğütme ve sondaj makineleri, eğme makineleri, kaynak yapımında kullanılan makineler ve lazerli kesim gibi makineler almak istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Güney Afrika Büyükelçiliği aracılığıyla iletilmiştir.

7 MOLDOVA
Firma Adı: MAXMONOPOL Ltd.
Yetkili Kişi: Piotr Topciu
Tel: +373.36.9870700;

e-mail: levmd07@yahoo.com

700 dönümlük badem bahçesi bulunan firma, Türkiye'ye çağla badem satmak istediğini bildiriyor.

8 SLOVENYA

Firma Adı: Taipan Agems d.o.o.

Adres: Ulica Milana Majcna 14 | 1000 Ljubljana | Slovenija

Yetkili Kişi: Robert Gamse/ Gn.Manager

e-mail: robert.gamse@taipan-agems.com;

web: www.taipan-agems.com

Firma, Slovenya şarabı satmak istediğini bildiriyor.

9 MISIR

Firma Adı: EL-Gebaly Fruit

Company.

Adres: 1st Industrial Area (c) - New Salheya City - Egypt

Yetkili Kişi: Sameh Ramadan/ planning supervisor

Tel: +20.055.3200771;

Faks:+20.055.3200772;

e-mail: s.moneem@Elgebaly.net;

web: www.elgebaly.net

Turunçgil üreticisi ve ihracatçısı olan firma, Türkiye'deki turunçgil karton kutuları üreticileri ile bağlantı kurmak istediğini bildiriyor.

10 RUSYA

Firma Adı: VOSKHOD - KALUGA

TUBE PLANT OAO

Adres: 43 Grabtsevskoye Shosse, 248009, Kaluga, Russia

Yetkili Kişi: Nikolay V.Shmakov/ Director General

Tel: +7.4842.56-29-33;

Faks:+7.4842.73-58-70;

e-mail: info@voshod-kriz.ru;

web: www.voshod-kriz.ru

Rusya'da fabrika sahibi olan bir firma ürünlerini satmak istediğini bildiriyor. Firmanın ürünlerinin bazıları: mikroçip, yarı iletken lazer, IR-, LED ve foto diyetlar, termal yazıcı kafası, demirle ilgili haddelenmiş ürünler, demir olmayan metaller ve hassas alaşımlar olup, söz konusu talep, Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Müessesilliği aracılığıyla iletildi.



11 ALMANYA

Firma Adı: Memet Yurdakul,

International Marketing

Adres: Randowstr.10,22547 Hamburg

Tel: +49.40.84907891;

e-mail: memetyurdakul@web.de

Hamburg'da yerleşik bir Türk firması, İthalatçı ve İhracatçı Türk firmalarına hizmet vermek istekilerini belirtiyor. Liman, tersane ve gemi projeleri dahil orta ve büyük projelere kredi temini, kredilendirme ve işletmecilik dahil her tip nakliyat gemilerinin temini, her tür teknoloji ve ağır sanayi mallarının birinci elden temini, firmanın vermek istediği hizmetler arasında.

12 AFGANİSTAN

Firma Adı: Babul logistic ss Co Ltd

/ Turkish Mall Co Ltd

Adres: Afghanistan charahi ansari ansari street

Yetkili Kişi: Mohammad Hashim BAYQARA

Tel: +93.799.566723;

e-mail: hashimbk@hotmail.com;

web: www.turkishmall.com.af

Firma, Türkiye'deki yapı malzemeleri firmalarıyla işbirliği yaparak Türk firmaların ürünlerini Afganistan'da satmak istediğini bildiriyor.

13 İRAN

Firma Adı: ATY

(Arya Turk Yaragh Co. Ltd.)

Adres: 398 San'at 4 St. Bonyan Diesel

Road. Diesel Abad Tabriz IRAN

Postal Code 5197718883

Yetkili Kişi: Mehdi Ghanaei

Tel: +98.411.447 6040;

Faks:+98.411.447 6070;

e-mail: mehdi.ghanaei@gmail.com ;

web: www.aty.ir

Firma, Pakistan'a satmak üzere bisiklet kilit bareli satın almak istediğini bildiriyor.

14 HONG KONG

Firma Adı: Darton LTD.

Yetkili Kişi: Amine LARHRIB

Tel: +852.2315.0219;

e-mail: mine.larhrib@darton.com;

web: www.darton.com

Firma, Türkiye'den oyuncak ithal etmek istediğini bildiriyor. Söz konusu firma talebi, T.C. Hong Kong Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği aracılığıyla iletildi.

15 BREZİLYA

Firma Adı: EKER Transportese Serviços

Adres: Rua Pedro Membrives, 47, Sobrado EKER - Mongaguá - BRAZIL

Yetkili Kişi: Umut EKER

Tel: +55.13.3448 5790;

Faks:+55.13.3448 5790;

e-mail: eker@eker.com.br;

web: www.eker.com.br

Brezilya'da mağazacılık ve dış ticaret faaliyetlerini sürdüren KIRMIZI BEYAZ adlı Türk firması; iş görüşmeleri ve fuarlara katılmak, Brezilya Sao Paulo Uluslararası Havalimanına gelen Türk firmalarının şehir içi ve şehir dışı yolculuklarında yaşadıkları problemleri aşmalarına yardımcı olmak için, Brezilya karayolları resmi yolcu taşımacılığı sertifikası olarak personel, yolcu taşımacılığı ve araç kiralama işletmesi kurduğunu bildiriyor.

Firma, Sao Paulo Guarulhos Havalimanı'nda minibüs hattını da aldıklarını, THY seferlerine bağlı olarak her gün havalimanına gelen Türk yolcuları şehir merkezinde gidecekleri adrese kadar teslim ettiklerini, havalimanına gidecekleri de adreslerinden alıp havalimanına bıraktıklarını, hafta sonları şehir turları gerçekleştirdiklerini, fuar alanı-otel-havalimanı transferleri yaptıklarını belirtiyor.



YENİ GELECEK

Gülay Özkan

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



Bizi yeni bir finans sistemi mi bekliyor?

Geçen ay finans dünyasında Bitcoin (sanal para) tartışması alevlendi. Sanal para olarak sadece Bitcoin değil, Ripple gibi bir de rakibi de çıktı. Bazılarına göre yeni ekonominin parası, bazılarına göre bir teknoloji hissesi, bazılarına göre bir şakadan ibaret olan bu yeni para birimi hiç de azımsanamayacak bir ilgi çekti ve hatta yatırımcıların desteğini gördü. Sanal paranın yanı sıra kişiden kişiye borç verme (P2P Lending) de ayrıca Wall Street'in önemli yatırımcılarından yatırım olarak başladığı yükselişine, Google yatırımını da arkasına alarak tahtına oturdu. Finansal sisteme teknoloji şirketleri de yeni bir oyuncu olarak ilk adımlarını attı.

Sanal Para Bitcoin ve Ripple

Bir bilgisayar yazılımının kriptolanması ile üretilen sanal para Bitcoin, geçen ay çok ciddi bir ilgi gördü. 2013 yılının başında 13 dolar ile başlayan değeri 266 dolara yükseldi. Ve hatta aynı gün tekrardan 160 dolara düştü. Amerikan hükümetinin kara para aklama kanunlarına uyma zorunluluğu dışında, hiç bir kurum tarafından denetlenmeyen ve merkez bankası gibi bir yapıya da bağlı olmayan, vergilendirilemeyen bu yeni sistemin akıbetini herkes merak ediyor. Bitcoin, paranızı transfer ederek Mt. Gox gibi en çok bilinen aracı kurumlardan alınıp, yine sanal bir cüzdan da saklanabiliyor. Sanal para bugün, binden fazla e-ticaret sitesinin kabul ettiği bir ortamda en son web standardı olarak da tanınırken artık sanal dünya dışında hiç kimse-



nin onayına ihtiyacı kalmadı.

Bitcoin alma süresinin uzunluğunu fırsat bilen yeni girişimciler, Ripple isimli alım süresi 10 saniyelere inen yeni bir rakip sanal para yarattılar. Ripple aralarında Andreessen Horowitz'de olduğu önemli bir grup yatırımcıdan da destek aldı. Bu da artık bütün dünyada sanal paranın gittikçe yerleştiği yönünde bir algı oluşturdu. Araştırmacı Dan Kaminsky'e göre devletler sanal parayı yok edemeyecek. Sanal para, artık hayatımızın bir parçası.

Kişiden kişiye borç verme platformları (P2P Lending)

Kişiden kişide borç verme internet platformları, para arayan kişiler ile yatırımcıları bir araya getiriyor. Öncüleri Amerika'daki Lending Club ve Prosper Marketplace'in yaklaşık 1.6 milyon üyesi var. 2007'den bu güne kadar 2 milyar dolar kredi sağladılar.

İngiltere'de Funding Circle, RateSetter ve Zopa yine aynı şekilde oldukça popüler.

Henüz ülkemizde mevzuat sebebi ile gündeme gelemeyen bu platformlar, özellikle acil paraya ihtiyacı olan küçük işletmeler için can kurtarıcı olabiliyor.

Geçen aylarda Wall Street'in önemli yatırımcılarından Union Square Venture, Index Ventures ile birlikte Alman kişiden kişide borç verme plat-

formu Auxmoney'e yatırım yapınca, birden gözler tekrar bu alana döndü. Asıl büyük gelişme ise bir kaç hafta önce Google'in da aralarında olduğu bir yatırımcı grubunun Lendind Club'a yatırım yapması oldu. Bu yatırım haberi artık bu platformların çok ciddi yol alacağını da gösteriyor.

Paylaşımçı ekonomi (sharing economy) örneği olarak da gösterilen bu platformlar, kredi kartı faizlerinden daha düşük faiz veren bu sistemi kredi kartı borcunu kapamak isteyenlerden tutun da çok fazla bürokrasi ile zaman kaybetmeden para almak isteyen her türlü para arayan kişiye kadar çözüm olabiliyor.

Gelecekte bizi ne bekliyor?

Bir yandan sanal para, bir yandan kişiden kişiye borç verme internet platformları ile teknoloji dünyası finansal sistemde konumunu değiştiriyor. Şu anda sadece bir lojistik veya taşıyıcı rolünde olan teknoloji oyuncuları finansal sistemin çekirdek oyuncuları olmaya, yönetmeye hatta kurallarını koymaya doğru gittikçe sağlam adımlarla ilerliyor. Ve buna Wall Street'in önemli yatırımcıları da en azından bu yükselişten pay almaya çalışarak destek veriyor.

Mevcut finansal sistemin oyuncuları da bu yeni düzende rollerini zaman içerisinde yeniden tanımlıyor olacaklar. Paul Krugman gibi ünlü ekonomistlerin şaka olarak gördüğü sanal para ya da kişiden kişiye borç verme platformları, herkesi şaşırtmaya devam edeceğe benziyor.