

KOBİ

MART 2013

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

Krizdeki İspanya'dan
cazip fırsatlar

Bulamadığınız
biletler Highfive'dan

Baloncuklu çay
satmak ister misiniz?

En niş ürünler
Nishane'de satılır

Türkiye sosyal girişimcileriyle yükseliyor

*Türkiye'nin sosyal girişimcileri,
gönüllülük esasına dayalı iş fikirlerini
ticari kazanca dönüştürüyor.*



YATIRIM FIRSATI: YURT DIŞINDAN 17 İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI



İŞİM YENİ, DESTEĞİM GARANTİ!

İŞİMİ KURUYORUM DESTEK PAKETİ GARANTİ'DEN.

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

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

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



 **Garanti**
Başka bir arzunuz?



Başka bir dünya mümkün mü?

Gönüllülük esasına dayalı girişimlerin sayısı hem dünyada hem de Türkiye'de gün geçtikçe artıyor. Bu gönüllülüğü aynı zamanda ticari bir kazanç dönüştüren girişimlere de 'sosyal girişim' deniyor. Sosyal girişim aslında 1800'lü yıllara kadar uzanan Florance Nightngale'in hemşirelik okulunu ve akabinde hemşirelik sistemini kurması kadar eski.

Yaşadığımız topraklardaki ilk sosyal girişimi ise Darüşşafaka Cemiyeti olarak sayabiliriz. 1863'e kadar uzanan köklü bir kuruluş olan ve 'Şefkat yuvası' anlamına gelen Darüşşafaka, 150 yıldır çocukların eğitimine katkıda bulunuyor.

"Kainatın tüm seslerine, renklerine ve titreşimlerine açık radyo" sloganı ile yayın hayatına başlayan Açık Radyo ise ticari bir modeli sosyal girişimcilik kalıbına sokmayı başaran ender kuruluşlardan biri.

Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere

ticari bir girişimcilik projesi sosyal girişimcilik modeline adapte olabilirken, birçok sosyal girişimcilik projesi zamanla ticari girişimler kadar kar edebiliyor.

İngiltere'de sayısı 62 bine kadar ulaşan sosyal girişimler aracılığıyla 800 bin kişinin istihdam edilmesi sosyal girişimlerin ne kadar etkili olduğunun güzel bir örneği.

Sevindiriçi bir gelişme olarak, sosyal sorumluluk olarak adlandırılabilen girişimlerin Türkiye'de de arttığını görüyoruz. Yapılan araştırmalara göre, sosyal girişimcilerin çalışmaları beş yılın sonunda başkaları tarafından yüzde 88 oranında kopyalanıyor, projeler yüzde 59 oranında ulusal politikayı değiştirmeyi başarıyor, çalışmaların yüzde 97'si ise devam ediyor. Bu doğrultuda gönüllü kuruluşlarında sayıları da gün geçtikçe artıyor. Amerika'da yaklaşık 18 yıldır

gençlere yatırım yapan Uluslararası Gençlik Vakfı ve Dünya Bankası 'Yaratıcı kalkınma fikirleri' yarışması dikkat çekici örnekler arasında. Stanford, Harvard, Duke, Asian Institute, Dartmouth, California, Berkeley, Oxford gibi üniversiteler farkındalık uyandırmada öncü rollerini üstlenerek, sosyal girişimcilik bölümlerini açmışlar bile.

Türkiye'de de Koç, Bilgi gibi üniversitelerin bu konuya önem verdiklerini ve bu kapsamda sosyal girişimcilik yarışmaları düzenlediğini biliyoruz. Dileğimiz, bu tip organizasyonların sayısının artması ve Türkiye'de sosyal girişimcilerin çoğalması. Çünkü ancak bu şekilde daha güzel ve başka bir dünya mümkün olabilir.

Kapak haberimizde Türkiye'nin sosyal girişimcilerinin projelerine yer verdik.

Hepinize güzel bir ay geçirmeniz dileğiyle...

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



YAYINCI

Doğan Burda Dergi

Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

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

EDİTÖRLER

KOBİ GİRİŞİM Burcu Tuway

BORSA - FINANS Talip Yılmaz

MEDYA Fatoş Bozkuş

DIŞ HABERLER Emrah Gürkan

HABER MERKEZİ Levent Gökmen,
Özlem Bay, Gözde Yeniova, Mustafa Gündoğdu,
Kıvanç 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

FINANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu

ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoglu

REKLAM

GRUP BAŞKANI Viki Habif

GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Nil Ertan Aydemir

SATIŞ MÜDÜRÜ Filiz Kavak - Seda Uğur Kesici

Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat)

Faks: 0 212 336 53 90

REZERVASYON

Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

Faks: 0 212 336 53 92 / 93

ANKARA REKLAM BÖLGE TEMSİLCİSİ

Sezinur Balıkcıoğlu

Tel: 0 312 207 00 72 / 73

HEDEF SAYFALAR

Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ

Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 24

34387 Şişli İstanbul

Tel: 0 212 410 32 56

Faks: 0 212 410 32 55

BASKI

Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık AŞ

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'de girişimcilik kavramı hızla yükselirken ve her üç kişiden biri kendi işini kurmak isterken, bir yandan da sessiz sedasız sosyal girişimcilik projeleri hayata geçiyor. Kar amacı gütmeyen ancak farklı hayatlara dokunarak katma değer yaratan sosyal girişimciler, kadın, engelli, yoksul pek çok kişinin sorunlarına çözüm buluyor. İşte Türkiye'nin geleceğinde önemli rol oynayacak sosyal girişimciler...



Mert Güzel ve Murat Katran, yurt dışı seyahatlerinden edindikleri deneyimleri bakiş açılarıyla birleştirerek NISHANE markasını yarattılar. Çikolatadan lokuma, deri, keçe ve kadife defterlerden iPad kaplama, dekoratif yastıklardan kolonya ve sabunla kadar pek çok ince el işçiliği il tasarlanmış ürünlerin bulunduğu NISHANE'nin hedefi yurt dışına açılmak.



2012'de KOSGEB'in Girişimcilik kursunu bitiren Göksekin Cesur, kurumsal kariyerini bırakıp girişimci olmaya karar verdi. KOSGEB'ten aldığı hibe kredisiyle çocuk ürünleri satılan özel alışveriş sitesi Çocukfoni'yi kuran Göksekin Cesur, 2013 yılı sonuna kadar 100 bin üyeye ulaşmayı hedefliyor.

- 05** ERA Türkiye'den franchising fırsatı
- 06** KOBİ Gündemi
- 10** **KAPAK KONUSU**
Gelecek sosyal girişimcilerin
- 16** Lezzet akademisiyle çevre ülkelere açılacak
- 18** Krizdeki İspanya'dan cazip fırsatlar
- 19** Tulumbadan bir marka çıktı
- 20** Bu kitap girişimcinin başucunda duracak
- 22** Rakiplerinizi online video ile geçin
- 24** BARF, obez evcil hayvan diyeti satıyor
- 26** Bulamadığınız biletler Highfive'dan
- 27** Bigupman, tarzına sahip çıkanları hedefliyor
- 28** En niş ürünler Nishane'de satılır
- 30** Etohum yatırımcı ağını büyütüyor
- 31** Profesyonel deneyimle kendi şirketlerini kurdular
- 32** Baloncuklu çay satmak ister misiniz?
- 34** Matlı Yem'den e-girişim fırsatları
- 35** Yılın girişimcisi Bozlu Holding
- 36** Bir otomobili baştan yaratıyor
- 38** Türk lokantası Kırkpınar'a yurt dışı görüldü
- 40** KOSGEB'ten eğitim ve krediyle kendi işini kurdu
- 42** Doç. Dr. Volkan Demir: KOBİ yöneticileri ve ortakları için 10 finansal soru ve cevap
- 43** Vergi takvimi
- 44** Yurtiçi fuar takvimi
- 45** Yurt dışı fuar takvimi
- 46** Yurt dışı mal talepleri
- 50** Prof. Dr. Ali Beba: Trendleri takip mi edelim, yoksa biz mi yaratalım?

ERA Türkiye 200 franchise ofise ulaşmayı hedefliyor. Ortalama 30 ile 50 bin dolar arasında bir yatırımla ERA Türkiye'nin franchise ofisini açabilirsiniz.



Osmanlı Tulumbacısı markasıyla şu anda 40 şubeye ulaşan İzzettin Özcan ve Orhan Durmaz kardeşler, franchise vererek tüm Türkiye'ye yayılmak için çalışıyor. Patentli ürün yaratmak için de uğraşan iki kardeşin hedefi her ilçede bir Osmanlı Tulumbacısı'nın olması.



Tüm dünyada trend haline gelen BubbleTea, Selekoğlu Gıda'nın 'BonjukTea' markasıyla Türkiye'ye geldi. Baloncuklu çay anlamına gelen BonjukTea için Türkiye genelinde franchising verilecek.

Uno'nun kurucusu Kemal Duygu, avukat Mehmet Eratlı ve mühendis Mustafa Taşan, pazardaki boşluğu görerek çağdaş esnaf lokantası fikriyle yola çıktı ve Kırkpınar Lokantası'nı kurdu. Gördükleri ilgi üzerine büyüme hız veren Kırkpınar Lokantası, 2013'te 25 şube sayısını 40'a, cirosunu 40 milyon TL'den 60 milyon TL'ye çıkartmayı hedefliyor.



İÇİNDEKİLER



Türkiye'de girişimcilik kavramı hızla yükselirken ve her üç kişiden biri kendi işini kurmak isterken, bir yandan da sessiz sedasız sosyal girişimcilik projeleri hayata geçiyor. Kar amacı gütmeyen ancak farklı hayatlara dokunarak katma değer yaratan sosyal girişimciler, kadın, engelli, yoksul pek çok kişinin sorunlarına çözüm buluyor. İşte Türkiye'nin geleceğinde önemli rol oynayacak sosyal girişimciler...



Mert Güzel ve Murat Katran, yurt dışı seyahatlerinden edindikleri deneyimleri bakiş açılarıyla birleştirerek NISHANE markasını yarattılar. Çikolatadan lokuma, deri, keçe ve kadife defterlerden iPad kaplarına, dekoratif yastıklardan kolonya ve sabunla kadar pek çok ince el işçiliği ile tasarlanmış ürünlerin bulunduğu NISHANE'nin hedefi yurt dışına açılmak.



2012'de KOSGEB'in Girişimcilik kursunu bitiren Göksekin Cesur, kurumsal kariyerini bırakıp girişimci olmaya karar verdi. KOSGEB'ten aldığı hibe kredisiyle çocuk ürünleri satılan özel alışveriş sitesi Çocukfoni'yi kuran Göksekin Cesur, 2013 yılı sonuna kadar 100 bin üyeye ulaşmayı hedefliyor.

- 05** ERA Türkiye'den franchising fırsatı
- 06** KOBİ Gündemi
- 10** **KAPAK KONUSU**
Gelecek sosyal girişimcilerin
- 16** Lezzet akademisiyle çevre ülkelere açılacak
- 18** Krizdeki İspanya'dan cazip fırsatlar
- 19** Tulumbadan bir marka çıktı
- 20** Bu kitap girişimcinin başucunda duracak
- 22** Rakiplerinizi online video ile geçin
- 24** BARF, obez evcil hayvan diyeti satıyor
- 26** Bulamadığınız biletler Highfive'dan
- 27** Bigupman, tarzına sahip çıkanları hedefliyor
- 28** En niş ürünler Nishane'de satılır
- 30** Etohum yatırımcı ağını büyütüyor
- 31** Profesyonel deneyimle kendi şirketlerini kurdular
- 32** Baloncuklu çay satmak ister misiniz?
- 34** Matlı Yem'den e-girişim fırsatları
- 35** Yılın girişimcisi Bozlu Holding
- 36** Bir otomobili baştan yaratıyor
- 38** Türk lokantası Kırkpınar'a yurt dışı görüldü
- 40** KOSGEB'ten eğitim ve krediyle kendi işini kurdu
- 42** Doç. Dr. Volkan Demir: KOBİ yöneticileri ve ortakları için 10 finansal soru ve cevap
- 43** Vergi takvimi
- 44** Yurtiçi fuar takvimi
- 45** Yurt dışı fuar takvimi
- 46** Yurt dışı mal talepleri
- 50** Prof. Dr. Ali Beba: Trendleri takip mi edelim, yoksa biz mi yaratalım?

ERA Türkiye 200 franchise ofise ulaşmayı hedefliyor. Ortalama 30 ile 50 bin dolar arasında bir yatırımla ERA Türkiye'nin franchise ofisini açabilirsiniz.



Osmanlı Tulumbacısı markasıyla şu anda 40 şubeye ulaşan İzzettin Özcan ve Orhan Durmaz kardeşler, franchise vererek tüm Türkiye'ye yayılmak için çalışıyor. Patentli ürün yaratmak için de uğraşan iki kardeşin hedefi her ilçede bir Osmanlı Tulumbacısı'nın olması.



Tüm dünyada trend haline gelen BubbleTea, Seleköğün Gıda'mın 'BonjukTea' markasıyla Türkiye'ye geldi. Baloncuklu çay anlamına gelen BonjukTea için Türkiye genelinde franchising verilecek.



Uno'nun kurucusu Kemal Duygu, avukat Mehmet Eratlı ve mühendis Mustafa Taşan, pazardaki boşluğu görerek çağdaş esnaf lokantası fikriyle yola çıktı ve Kırkpınar Lokantası'nı kurdu. Gördükleri ilgi üzerine büyüme hız veren Kırkpınar Lokantası, 2013'te 25 olan şube sayısını 40'a, cirosunu 40 milyon TL'den 60 milyon TL'ye çıkartmayı hedefliyor.





ERA Türkiye'den franchising fırsatı

ERA Türkiye 200 franchise ofise ulaşmayı hedefliyor. Ortalama 30 ile 50 bin dolar arasında bir yatırımla ERA Türkiye'nin franchise ofisini açabilirsiniz.

Türkiye'de uzun bir geçmişi olmasa da kendi işini kurmak isteyen girişimcilerin en çok tercih ettiği franchising sistemi, bugün ekosistemin önemli bir aktörü haline gelmiş durumda. Avrupa Franchise Federasyonu istatistiklerine göre Türkiye, franchise marka veren marka sayısında Avrupa birincisi. Türkiye'de girişimcilik yapmak isteyen her 10 kişiden birinin franchise sistemiyle iş kurmak istediği düşünüldüğünde, Türkiye bu konumunu uzun yıllar koruyacağına benziyor.

Franchising sisteminin Türkiye'de özellikle emlak sektöründe, dikkat çekici bir büyümesi söz konusudur. Bunun nedenleri arasında uygun sermaye tutarı, girişimcinin motivasyonu, sistemin standart yapısı, kendini kanıtlamış kurumsal bir marka ve işleyen bir kontrol mekanizmasının olmasını sayabiliriz. Diğer taraftan bugün Türkiye'de markalı gayrimenkul danışmanlığı yapan şirketlerin oranının sadece yüzde 4 olduğunu görüyoruz. Ancak aynı oran yurtdışında örneğin ABD'de yüzde 80-90, Fransa'da yüzde 30-40 ve Belçika'da ise yüzde 50'nin üzerinde. Dolayısıyla henüz bakir bir pazardan söz etmek mümkün.

1971'de ABD'de kurulan ERA, gayrimenkul danışmanlığı ve pazarlama sektöründe dünyanın önemli markaları arasında yer alıyor. ERA'nın 35 ülkeyi kapsayan uluslararası portföyünde 38 binden fazla broker ve gayri-



CAN EKŞİOĞLU

menkul uzmanı ile ve 3 binden fazla satış ofisi bulunuyor. Aynı zamanda, Avrupa'nın en hızlı büyüyen konut gayrimenkul ağına sahip konumda.

İşin Aynası

Uygun yer: Türkiye geneli.

İlk sermaye: Giriş bedeli 15 bin dolar. Yapılması gereken toplam yatırım 30 ile 50 bin dolar arasında.

Bayilerde aranan özellikler:

Kendi işinin sahibi olmak istemesi, markanın vizyon ve misyonunu sahiplenmesi.

Başvuru için:

info@eraturkiye.com'ya da
444 9 372

200 franchise hedefi

Franchising vererek Türkiye genelinde büyümeyi hedeflediklerini söyleyen ERA Yönetici Ortağı Can Ekşioğlu, "Franchise ağına katılarak uzun dönemli bir iş modeline yatırım yapacak tüm girişimcilere, işlerinde kalıcı ve istikrarlı bir büyüme vaad ediyoruz. Başta İstanbul olmak üzere, Türkiye çapında franchise sistemi ile büyümeyi hedefliyoruz" diyor.

ERA Türkiye, ilk yıl içerisinde 30, üç il beş yıllık dönemde de 200 franchise ofise ulaşmayı hedefliyor. Franchising için öncelik İstanbul olmakla birlikte, Ankara, İzmir, Antalya gibi şehirlerle de ilgileniyor. Franchising sistemlerinin daha çok insan odaklı olduğunu belirten Ekşioğlu, şu bilgileri veriyor: "Sinjerji asıl konudur. 40 yılı aşkın bir süredir sınırsız sayıda yaratıcı çözümler geliştirdik. ERA Franchising sistemimizin teknoloji, eğitim, pazarlama ve yönetim danışmanlığı olmak üzere dört temel taşı vardır. Farklı pazarlardaki fırsat ve tehditleri anlayarak buna göre ortaya çıkan eğilimlerle özel pazar şartlarını yaratıyoruz.

"Kapımız herkese açık"

Giriş bedeli lansman dönemine özel olarak 15 bin dolar. Mekan vs. gibi giderlerle birlikte 30 ile 50 bin dolar arasında bir maliyet söz konusudur. Royalty bedeli toplamda yüzde 8 alınıyor.

ERA'nın Türkiye'de yatırımcı adaylarında aradığı ilk özellik; gerçekten bu sektörde kendi işinin sahibi olmak istemesi, markanın vizyon ve misyonunu sahiplenmesi. Ekşioğlu, "ERA ailesine katılmak isteyen adaylar halihazırda gayrimenkul işi ile uğraşan kişiler olabileceği gibi, başvurular aynı zamanda daha önce bu sektörde yer almadı ancak şimdi gayrimenkul sektöründe kendi işini kurmak isteyen tüm girişimcilere de açık" diyor.

KOBİ GÜNDEMİ

Doğal taşın yeni hedefi: Hindistan

■ Doğal taş ihracatında dünya üçüncüsü olan Türk doğal taş sektörü, Hindistan'a çıkarma yaptı. Doğal taş sektöründeki en büyük buluşmalardan biri olan India Stone Mart 2013 Fuarı'na 64 Türk firması katıldı. Türk doğal taş sektörünün en önemli hedef pazarları arasında yer alan Hindistan'da düzenlenen fuarda İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) de yer alarak sektörü tanıttı.

2012 yılında ihracatını yüzde 14 artırarak 1,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türk doğal taş sektörü için Hindistan öncelikli hedef pazar olarak belirlendi. Hindistan'daki kotalar yüzünden sektörün bu ülkeye olan ihracatı, 2012 yılında toplam ihracattan yüzde 3 pay aldı. Kota probleminin ortadan kalkmasıyla Hindistan, Türkiye'nin doğal taş ihracatından yüzde 43 pay alan Çin'e alternatif en önemli pazar olacak.

İstanbul Maden İhracatçıları Birliği Başkanı Mehmet Özer, "Hedef pazarımız olan Hindistan'da düzenlenen fuarda Türkiye'nin en büyük pavilyona sahip ülke olması ve 64 firmayla fuara katılması da ülkeye verdiğimiz önemin bir göstergesi. Fuar, firmalarımız açısından oldukça da verimli geçti. Birçok yeni iş birliği anlaşması yapıldı, siparişler alındı" dedi.

Boyacılarıdan Afrika çıkarması

■ Kimya sektörünün en hızlı gelişen alt sektörlerinden boya sektörü, Avrupa genelindeki 6'ncı büyük boya üreticisi olmasının yanı sıra, giderek artan üretimi ve teknolojik alt yapısı ile kendi bölgesinde önemli bir güç olma yolunda ilerliyor. Doğu Avrupa, Rusya ve Ortadoğu çemberinin ardından Afrika pazarındaki potansiyeli ile de dikkat çeken boya ve hammadde sektörü ihracatının yılsonunda 1 milyar dolara yaklaşması bekleniyor. 2013 yılında yeni ihracat rekorlarına imza atmaya hazırlanan İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB), bu amaçla kurulan Türk Boya Sektörü Yurtdışı Pazarlama Takımı ile birlikte dokuz Türk firmasını ilk kez Cezayir ve Fas'a götürdü. Kara kıtayı renklendirmeye hazırlanan boya takımı firmaları, çalışmalarına hızlı başladı ve bir haftada 189 birebir görüşme gerçekleştirdi.



Mauritius Türkiye'yi yatırıma bekliyor

Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu (TUSKON), İstanbul'da 'Türkiye - Mauritius Ticaret ve Yatırım Forumu' düzenledi. Forumun açılışında konuşan Mauritius Dışişleri Bakanı Arvin Boolell, Türk işadamlarının Mauritius'a yatırım yapması için yeni teşvikler sunacaklarını belirtti. 'Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ve Ticari ve Ekonomik İş Birliği Anlaşması' ile Türk işadamlarına ülkelerinde yatırım yapmak için fırsatlar sunacaklarını söyleyen Boolell,

"Türkiye ile Mauritius arasında 48 milyon dolarlık dış ticaret hacmi var. Türkiye'nin Mauritius'a ihracatı 44 milyon dolar, bizim ihracatımız ise 4 milyon dolar bu çok düşük bir rakam. Anlaşmayla yatırımları teşvik ederek yeni fırsatlar sunacağız. Böylece ticaret hacmimiz kısa sürede artacak" dedi.

Boolell, Türk şirketleriyle ortaklık yapmak istediklerini de belirterek, şunları söyledi: "Mauritius yabancı yatırımcı için hukuki alt yapısı en yeterli ülke. Afrika'nın yıldızı deniliyor.

Sadece coğrafi konumumuzla değil aynı zamanda yatırım dostu ve iş yapma kolaylığımızla da Afrika'da lider ülkeyiz. Türk iş adamlarını, tarım, enerji, gıda ürünleri, deniz ürünleri, sağlık, eğitim ve turizm alanlarında yatırıma bekliyoruz."





Dünya mobilyacıları İstanbul'da buluştu

■ Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği'nin (MOSDER) liderliğinde, E Uluslararası Fuarçılık tarafından 9'uncusu organize edilen, İstanbul Mobilya Fuarı İMOB 2013, Türk mobilya sektörünün dünyaya açılan kapısı oldu. 12'si yabancı, toplam 312 katılımcı firma ve binden fazla marka ile toplam dokuz salonda gerçekleştirilen İMOB 2013, Avrupa'dan Asya'ya Ortadoğu'dan Afrika'ya geniş coğrafyadaki mobilya profesyonellerini bir araya getirdi.

Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği Başkanı Ahmet Güleç, İMOB 2013 için şu açıklamalarda bulundu: "İMOB 2013 fuarımızın bu yıl ziyaretçi sayısı bir önceki yıla oranla büyük artış kaydetti. 2013 yılı ihracat hedefimizin yüzde 20'sinin, yani yaklaşık olarak 480 milyon dolarlık kısmının İMOB sırasında gerçekleştiğini öngörüyoruz. Türk mobilya sanayisi olarak, daha önce 6 milyar dolar olarak açıkladığımız 2023 ihracat hedefimizi 10 milyar dolara çıkardık."

Kardex'ten KOBİ'lere tasarruf



■ Depolamaya yönelik çözümler sunan Kardex Remstar'ın yeni çözümü KOBİ ve büyük işletmelere tasarruf sağlıyor. Hafif ürünlere uygun yapısıyla, piyasadaki muadil ürünlere göre yüzde 40 daha az enerji tüketen ve böylece enerji tasarrufu da sağlayan bu yeni ürün, imalat içi yarı mamül hat besleme operasyonlarında da tercih ediliyor. Yatırım teşvik ya da leasing ile satın alınabilen otomatik depolama ünitelerinin tüm kurulum, bakım ve yazılım hizmetlerinin Türkiye'de kurulu Kardex Türkiye tarafından sunulduğunu da belirten şirketin genel müdürü Emre Yenal, Kardex Türkiye'nin geniş ürün, hizmet ve servis ağı sayesinde Pazar paylarının yüzde 65 olduğunu kaydediyor. Yenal, "Özellikle İstanbul içinde bulunan pahalı depo kiralari göz önüne alındığında depolama sistemlerine yapılan yatırımlar ortalama 1.5 - 2 yıl içinde geri dönüşüm sağlıyor" dedi.

"Plastik sektörü sorunlara rağmen büyüyor"

■ Plastik Sanayicileri Federasyonu PLASFED plastik sektörü 2012 raporuna göre, Türkiye plastik sektörünün mamul bazında 2012'de dış ticaret fazlası vermeyi sürdürdüğü ancak yılın sonuna doğru ithal hammaddeye getirilen gümrük vergisi artışının etkisiyle rekabet gücündeki gerileme belirgin hale geldi. Raporda yer alan bilgilere göre Türkiye plastik sanayi 2012'yi 7,2 milyon ton üretim, 30 milyar dolar üretim değeri ve 12 milyar dolar katma değer ile tamamladı. 2012 yılı sonunda doğrudan mamul ihracatı 2011'e göre yüzde 6 artarak 4 milyar 38 milyon dolar, ithalatı ise bir önceki yıla göre yüzde 3 gerileyerek 2 milyar 576 milyon dolar oldu. PLASFED raporunda, yeterli miktarda yerli üretim olmadığı için hammadde ithalat bağımlılığının yüzde 87 seviyesinde gerçekleştiği, ithalatın çok küçük düzeyde düşerek, 2011'deki 9 milyar 932 milyon dolar seviyesinden, 9 milyar 928 milyon dolar seviyesine geldiği kaydedildi.

PLASFED Başkanı Selçuk Aksoy, sektörün Avrupa'da 3'üncü, dünyada ise yüzde 2,5 payla 12'nci sırada olduğunu belirterek, "2012 içinde sektörümüz yatırım teşvik kapsamı dışında bırakıldı ve hammadde ithalatı yaparken gümrük vergisi artırıldı. Türkiye plastik sektörü bütün olumsuz koşullara rağmen büyüyor ancak sorunları derinleşiyor" dedi.



KOBİ GÜNDEMİ

Amerikan Şirketler Derneği'ne yeni başkan

■ Amerikan Şirketler Derneği'nin, gerçekleştirilen genel kurulunda yeni yönetim kurulu üyeleri seçildi. Dernek yönetim kurulu başkanlığına Citibank A.Ş. Genel Müdürü Serra Akçaoğlu seçildi. Türkiye'de Amerikan Ticaret Odası olarak faaliyet gösteren ve yaklaşık 80 Amerikan şirketinin üye olduğu Amerikan Şirketler Derneği, Amerikan şirketlerinin Türkiye'de yatırım ve iş yapma olanaklarının geliştirilmesi amacıyla faaliyet gösteriyor. Türkiye'de pozitif bir iş gündemi ve ticaret ortamı oluşturmak amacıyla 2004 yılında kurulan Amerikan



Şirketler Derneği, diplomasi, bilgi paylaşımı ve iş dünyası ile kurulacak

ilişkiler yoluyla ikili ticaretin, yatırımın ve ilişkilerin geliştirilmesini hedefliyor.

İstanbul'a gelen yabancı sermaye azaldı

■ İstanbul Ticaret Odası (İTO) İstanbul'da yeni kurulan firmalar içinde yabancı yatırımcılara ait değerlendirmelerini sürdürüyor. İTO'nun yeni kayıt ve iptal edilen firma kuruluşlarını esas alarak hazırladığı, '2012 Yılı Yeni Kayıt ve Kapanış Yaptıran Firmalarda Yabancı Yatırımcı ve Sermaye Durumu' raporu açıklandı.

Buna göre 2012 yılında İstanbul'da yabancı yatırımcının taahhüt ettiği sermaye değeri yüzde 17.52 azalış gösterdi. Aynı dönemde yabancı yatırımcı sayısı ise yüzde 2.16 azaldı. 2012'de 4 bin 539 yabancı yatırımcı tarafından toplam 1 milyar 431 milyon 306 bin 962 TL'lik sermaye tutarında şirket kuruldu. 2011 yılında ise 4 bin 639 yabancı yatırımcı tarafından toplam 1 milyar 735 milyon 399 bin 674 TL'lik sermaye tutarında şirket kurulmuştu.

E-ticaret 2013'te yüzde 60 büyüyecek

■ İBKM'den açıklanan verilere göre 30.6 milyar TL'lik bir ciroya ulaşan e-ticaret sektöründe, 2012 yılında internet üzerinden 162 milyon adet işlem gerçekleşti. 2011 yılında yüzde 27.2'lik büyüme gerçekleştiren e-ticaret sektörü 2012 yılında yüzde 78'lik büyüme rakamına ulaştı. İşlem başına düşen tutar da yaklaşık 10 TL'lik bir artış göstererek 2012 yılını 174 TL'den kapattı. Yıl bazında e-ticaret hacminin ortalama yüzde 35'ün üzerinde büyümesi Türkiye'nin küresel çapta dikkat çekmesine neden oluyor.

Bu büyüme trendi ile e-ticaret hacminin katlanarak büyüme devam edeceği tahmin ediliyor. Türkiye'de internet üzerinden alışverişte kadınlar en çok giysi ve dekoratif ürün alışverişini yaparken, erkekler daha çok fonksiyonel ve teknolojik ürünler

satın almayı tercih ediyor. Türkiye'nin, e-ticarette en hızlı büyüyen ülkelerden biri olduğunun altını çizen Evoria.com CEO'su Levent Burak Demiralp, "2013'te ekonomi ne durumda olursa olsun e-ticaret pazarı yüzde 60 - 70 arasında büyüyecek. Türkiye'deki e-ticaret firmaları büyüme potansiyelini çok iyi kullanıyor. E-ticaret alanına yapılan yatırımlarla 2013 yılında pazar büyüklüğünün 45 - 50 milyar TL düzeyine çıkmasını bekliyoruz" diyor.





Kıbrıslı perakendecilerden güçbirliği

■ Perakende Bilgi Evi (PEBEV), Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) bir ilk gerçekleştirdi. KKTC perakende sektörünün gelişimine katkıda bulunmayı ve sektöre hizmet verenleri bir araya getirerek iletişim platformu sağlamayı amaçlayan, KKTC'de bir ilk olan PerakenDeğişti Konferansı, Girne'de yapıldı.

Hem Kıbrıs hem de Türkiye'deki perakendecileri bir araya getirmesi nedeniyle bir ilk olan 'PerakenDeğişti Konferansı', perakendecilerin güçlerini birleştirmesine de tanıklık etti. KKTC Birleşik Marketler ve Süpermarketler Birliği üyeleri, TPF çatısı altında bir araya geldi. TPF Başkanı Selamet

Aygün, "Bugün önemli bir olaya imza atıyoruz. TPF'nin gücüne güç katacağına inandığımız KKTC'li perakendecileri federasyon bünyesine katarak Yavru Vatan ile bir bütün olup, KKTC perakendesine katkı sağlamayı hedefliyoruz" dedi.

Kıbrıs perakendesinin gelişimi adına önemli bir KKTC Birleşik Market ve Süpermarketler Birliği Başkanı Darcan Yaman, "Birleşik Market ve Süpermarketler Birliği ile perakende sektöründe faaliyet gösteren firmalar arasında uyum, güven ve işbirliği sağlamayı hedefledik. Bugün TPF çatısı altına girerek birlikteliğimizi daha organize ve güçlü konuma getirdik" açıklamasında bulundu.

Hazır giyimden yeni projeler

■ İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2023 projeksiyonunda ilk aşama olarak belirlenen 20 milyar

dolarlık ihracat hedefini tutturan projeleri uygulamaya soktu. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu kapsamda bilişim alt yapısından, yeni pazar alternatiflerine; eğitimli işgücünden teknoloji odaklı tasarım merkezine kadar pek çok çalışmayla sektöre yeni bir yön çizmek istediklerini söyledi. Tanrıverdi, "Rekabet koşullarının her geçen gün daha da zorlaştığı günümüzde hazır giyim ekonomisinden yüksek katma değerli moda ekonomisine geçişi hızlandırmamız



gerekliyordu. Bunun adımlarını attık" dedi.

Gün geçtikçe artan markaları, trendlere uygun tasarım ve koleksiyonları ve yurt dışı perakendede

güçlenen kimliğiyle Türkiye'nin hazır giyim üretiminden moda üretimine geçişi yaşadığını vurgulayan Tanrıverdi, ihracatta, yatırımda, istihdamda ve katma değerde öncü ve lider sektör olmaya devam edeceklerini anlattı. Tanrıverdi, sektöre kabuk değişimi yaşatacak 4 ana başlık altında topladıkları projelerle ilgili ise "Çalışmalarımızı, 'Yeni Dönem Projeleri', 'Rekabette Yeni Fırsat: Şanlıurfa', 'Hedef Pazarlar' ve 'Geleceğin Şifreleri: 3T' ana başlıkları altında topladık" dedi.

KOBİ'ler internette ve mobilde hâlâ kayıp



■ TvSplash tarafından geliştirilen ve Yellow Medya işbirliği ile yayınlanan SMB DigitalScape, KOBİ'lerin dijital medya ve ticarete ne kadar hazır olduklarını gösteren güçlü bir veri toplama ve analiz motoru. SMB DigitalScape, aralarında Türkiye'den 800 binden fazla KOBİ'nin web sitesinin de bulunduğu, 14 ülkeden 4.5 milyonu aşkın KOBİ web sitesini analiz etti.

Web ve mobil cihaz kullanımının günden güne artış gösterdiğine dikkat çeken vSplash CEO'su Umesh Tibrewal, "KOBİ'ler, lokasyon bazlı etkileşim ve alışverişte görülen değişen tüketici davranışlarına yeterince hızlı adapte olamıyorlar. KOBİ'lerin hem webde hem de sosyal, lokal ve mobil dijital pazarlama alanlarında firmalarını başarıya götürecek trendleri yakalamak konusunda karşılaşılabilecekleri engelleri aşmada onlara yardımcı olmak için SMB DigitalScape'i hayata geçirdik" diye konuştu.

SMB DigitalScape verileri birçok KOBİ'nin web sitesinin olmadığını, web sitesi olanların da web sitelerinin arama motorlarında bulunabilmesi için gerekli olan teknik altyapıya sahip olmadığına işaret ediyor. Mobile uyumlu olmamaları, meta başlıklarının, gizlilik politikalarının ve anahtar kelimelerinin olmaması bu sitelerin en önemli eksikleri arasında gösteriliyor.

Gelecek sosyal girişimcilerin



Türkiye’de girişimcilik kavramı hızla yükselirken ve her üç kişiden biri kendi işini kurmak isterken, bir yandan da sessiz sedasız sosyal girişimcilik projeleri hayata geçiyor. Kâr amacı gütmeyen ancak farklı hayatlara dokunarak katma değer yaratan sosyal girişimciler, kadın, engelli, yoksul pek çok kişinin sorunlarına çözüm buluyor. İşte Türkiye’nin geleceğinde önemli rol oynayacak sosyal girişimciler...

Sosyal girişimcilik Türkiye’de gelişen bir kavram. Özellikle de konuya üniversiteler ve sanayi tarafında büyük bir ilgi söz konusu. Sosyal girişimcilik tüm paydaşlar için bir katma değer. Sosyal girişimcilik pozitif sosyal ve çevresel etkileri olan sürdürülebilir iş uygulamalarının bir bütünü de diyebiliriz.

Sosyal girişimcilikteki asıl hedef ise katma değer yaratmak. Üniversiteler kurslar, yarışmalar ve sertifika programları ile sosyal girişimcilik konusundaki farkındalığı artırmada liderlik yapıyor. Aynı zamanda da öğrencilerin, akademisyenlerin, sanayinin, hükümetin katılımı için teşvikler ve fırsatlar sunuyor.

Türkiye’de sosyal girişimcilik hedefine yönelik olarak yapılacak hala pek çok şey var: Sivil toplum ve iş dünyasının rolleriyle ilgili zihniyet değişikliği, yardımseverlik için yeni tanımlar ve amaçlar, yaratıcılığın önünü açacak yenilikçi yaklaşımlar ve bunları teşvik edecek düzenleyici çerçevelerin sosyal girişimciliği büyük ölçüde yükselteceği ifade ediliyor. Ancak ilerleme sürüyor ve bu anlamda Türkiye’nin geleceği parlak görünüyor.

Yunus’a Nobel getirdi

Tarihsel gelişim süreci İkinci Dünya Savaşı’na dek uzanan sosyal girişimcilik kavramının uygulama boyutu Muhammet Yunus ile 1970’li yıllarda daha fazla önem kazandı. 1974 yılında gerçekleştirdiği eylemi ve düşüncesiyle ekonomik, ideolojik ve siyasal önyargıları hiçe sayarak kendi projelerini kabul ettirmeyi başaran Muhammed Yunus’un uygulamaya taşıdığı ‘Sosyal girişimcilik’ kavramı, O’na bu alanda 2006 Yılı Nobel Barış Ödülü’nü getirdi.

Sosyal girişimcilik kavramının kurumsallaşmasında ise 1980 yılında William Drayton tarafından kurulan ASHOKA’nın önemli bir payı oldu. Kuruluş amacı sosyal girişimciliği desteklemek ve bir sektör olarak algılanmasını sağlayarak bu sektörü destekleyen mekanizmaları oluşturmaya çalışmak olan ASHOKA, sosyal değişimin toplumların içinden doğduğu anlayışına vurgu yaptı.

Böylece, kuruluş, toplum içindeki her bireyin bir ‘değişim oluşturucusu’ (changemaker) olma potansiyeline sahip olduğu fikrini benimsemiş ve sosyal girişimcilerin her birini, top-

lum için diğerlerine kendilerinin de değişim oluşturabileceklerini gösteren bir rol modeli olarak kabul etmiş.

Genç Sosyal Girişimciler daha iyi bir toplumun peşinde

İstanbul Bilgi Üniversitesi’nin öncülüğünü üstlendiği ve International Youth Foundation (Uluslararası Gençlik Vakfı), Sylvan/Laureate Foundation (Sylvan/Laureate Vakfı) ve Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV)’nin iş birliği ile gerçeğe dönüştürülen BİLGİ Genç Sosyal Girişimci Ödülleri’nde en başarılı projeler belli oldu. Toplamda 69 başvuru arasından seçilen 10 genç sosyal girişimcinin projeleri ödüllendirildi.

BİLGİ Genç Sosyal Girişimci Ödülleri projesinin başlıca hedefi, yaşadıkları topluma değer katabilen genç sosyal girişimcileri bularak onlara destek olmak. Aynı zamanda verilen ödüllerle sosyal girişimciler ağı oluşturmak ve gençlerin her yıl daha da büyüyen bu ağ aracılığıyla bilgi ve tecrübelerini birbirleriyle paylaşmasını sağlamak. Ödül alan projeler ise şöyle:



Garanti Bankası Gnl. Md. Yrd. - Nafiz Karadere “Türkiye’nin Kadın Sosyal Girişimci’sini seçiyoruz”

“Toplumsal kalkınmada bireysel inisiyatifin etkisine inanan bir kurum olarak, özgüveni yüksek, girişimcilik ruhuna sahip ama her şeyden önemlisi toplumun sorunlarına duyarlı insanların desteklenmesinin, gelişmenin ve çağdaşlaşmanın temel boyutu olduğu düşünüyoruz. Sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon anlayışının içselleştirilmesiyle, toplumsal sorunlara çözümler üretileceğine inanıyoruz. Ekonomist Dergisi ve KAGIDER ile ortaklaşa düzenlediğimiz Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’nda bu yıl, sosyal girişimcileri cesaretlendirmek ve sosyal girişimcilerin sayısını artırmak amacıyla, ‘Türkiye’nin Kadın Sosyal Girişimcisi’ kategorisinde de ödül vereceğiz. Yeni kategoriyle, bir sosyal sorunun veya ihtiyacın farkına vararak, girişimcilik anlayışıyla ürettiği çözümlerle, sosyal değişim yaratmayı hedefleyen adayların başarılarına ışık tutmayı hedefliyoruz. Böylece, çevre, insan hakları, sağlık, yoksulluk gibi alanlarda fayda yaratmak amacıyla sürdürülebilir iş fikirleri geliştiren girişimciler ayrı bir çerçevede değerlendirilecek ve desteklenecek. Bu kategoride değerlendirilecek adaylardan, sosyal girişiminizle nasıl bir sosyal fayda yaratmayı düşündüklerinizi,

sosyal bir soruna nasıl çözümler ürettiklerinizi, yarattıkları etkiyi, nasıl modeller geliştirip hangi metotları kullandıklarını, yarattıkları modelin sürdürülebilirlik sürecini, fırsatları sosyal değişime nasıl uyguladıklarını, ticari faaliyetten elde edilen geliri ortaklara kâr payı olarak dağıtıp, dağıtmadıklarını anlatmalarını isteyeceğiz. Yarışmaya ve “Türkiye’nin Kadın Sosyal Girişimcisi” kategorisine, Türkiye’de yaşayan ve hakim ortak olduğu işletmenin yıllık cirosu 40 milyon TL’nin altında kalan tüm kadın girişimciler www.kadiginisimciyarismasi.com adresinden 31 Mayıs 2013 tarihine kadar başvuruda bulunabilecek.”

KAPAK KONUSU



S.S. BIGA KADIN ÇEVRE KÜLTÜR VE İŞLETME KOOPERATİFİ Ayşe Temiztaş / Evden çıkmayan kadınların kooperatifi

Kooperatif, Biga'da yaşayan sosyal, ekonomik olanaklardan yoksun ya da bugüne dek yararlanamamış, evin dışında çalışmamış kadınların, hem kendileri ve çocukları hem de çevreleri için, yaşamı yeniden ürettiği bir örgütlenme modeli. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı'nın (KEDV) eğitim ve teknik desteği ile 2005 yılında kurulmuş. Başta liderlik eğitimleri olmak üzere, finansal okur-yazarlık, annelere okul öncesi eğitim, bilgisayar eğitimleri, açıcılık, girişimcilik, kadının insan hakları, kadın sağlığı gibi birçok konuda eğitimler veriliyor. Ayşe Temiztaş'ın deyimiyle 'yoktan var edilen' unlu gıda imalathanesinde 2005 yılında üretime başlanmış. Önce bir lokanta, ardından kafe işletmeye başlamışlar. Haftalık pazar yerinde satış merkezi oluşturulmuş. Kolektif bir üretim ve paylaşım ile onlarca kadının üretimine değer kazandırılmış.

KEDV'in prefabrik bina ve eğitim katkısı ile belediyeden kiralanılan bir arsa üzerinde Kadın ve Çocuk Merkezi kurulmuş. Bu merkezde erken çocukluk eğitim ve bakım hizmetleri vermeye başlamış. Merkezde kadınlar yuva yöneticiliğini, öğretmen yardımcılığını öğrenmiş. Kooperatifle evden çıkmayan kadınlar olarak kamusal alana çıktıklarını söyleyen bu girişimin öncüsü Ayşe Temiztaş, kurumsal görünürlük arttıkça yerel yönetimin ve toplumdaki diğer aktörlerin desteğini de almaya başladıklarını ifade ediyor. Temiztaş, "Eğitim ve çalışma yaşamı ve geliştirdiğimiz işbirlikleri toplumsal sorunlara duyarlılığımızı artırdı. Kadın sorunlarına ve haklarına yaklaşımda farkındalık oluştu. Kendimizi, sorunlarımızı ve çözüm önerilerimizi daha cesur dile getirmeye başladık. Ekonomik olarak kısmen özgürleştik, haklarımızı öğrendik. Dayanışma, paylaşma, birlikte hareket etme özelliklerimizi geliştirdik" diyor.

ANIKYA İZNIK ÇİNİ - Nejla Anıl / İznik çinisini dünya markası yapacak



Türkiye'nin Kadın Girişimcileri Yarışması'nda "Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci" ödülünü alan Nejla Anıl'ın markası Anikya İznik Çini, 17'nci yüzyılın sonlarında yok olmaya yüz tutmuş İznik Çini sanatını, günlük hayatta kullanılan işlevsel ürünlere dönüştürerek yaşatmak amacıyla 2000 yılında Nejla Anıl tarafından kuruldu. Anıl, tarihte sadece duvar süslemesi ve kap kakac olarak kullanılan İznik çinileriyle çağdaş tasarımlar yaparak, takı ve aksesuardan mobilyaya kadar binlerce çinili ürün geliştirmiş ve İznik Çini sanatına yeni

kullanım alanları açmış. Anikya halen, aynı yıllarda İznik'te bu el sanatının yeniden doğması ve halka bu alanda istihdam sağlamak için proje başlatan Sevinç Öztürk'ün 2004 yılındaki ortaklığıyla, devam ediyor.

2000 yılında 3 kişiyle faaliyete başlayan Anikya bugün toplam 40 kişiye doğrudan istihdam sağlıyor. Ahşap, bakır, gümüş, deri, metal, çerçeve gibi yan sektörlerle birlikte toplam 150 kişinin istihdamına katkıda bulunuyor.

Avrupa Birliği ve Unesco'nun desteklediği Prodecom Projesi çerçevesinde Türkiye'de yok olmaya yüz tutan sanatlar arasında alınan İznik Çini sanatını temsilen proje kapsamında, Fransa, İtalya, Cezayir, Fas ve Ürdün gibi Akdeniz ülkelerinde sergiler açılmış. Dışişleri Bakanlığı ve TELLFA Derneği'nin ortak girişimiyle Tallinn'de ve Riga'da düzenlenen Türk Günleri çerçevesinde İznik çinileri ve İznik çinisinde Mevlana'yı Baltıklar'da tanıtmak, kültürler ve sanatlar arasında bir köprü kurulmasını sağlamak için etkinlikler düzenlenmiş. Çinili takı üretimi başlatarak, Türkiye'de birçok kadın sanatçının girişimci olmasını sağlamış. Anıl projeyle İznik çinisini Türkiye'yle birlikte anılan bir dünya markası yapmayı hedeflediklerini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Çağdaş çini tasarımı ve üretiminin Türkiye'de sürdürülebilir bir iş olarak kalmasını ve gençlerin bu sanatı sevmesini sağlamak, sektörde istihdamın daha çok artması için projeler geliştirmek ve çini sektöründeki ürün-fiyat dengesizliği ve haksız rekabetle etkin bir şekilde mücadele etmek hedeflerimiz arasında."

Küresel sosyal girişimci seçiyorlar

Son yıllarda sosyal girişimciliği geliştirmek adına üniversiteler de harekete geçmiş durumda. Koç Üniversitesi de bunlardan biri. Küresel Sosyal Girişim Yarışması (Global Social Venture Competition - GSVVC), lisansüstü öğrencilerini toplumun karşı karşıya olduğu en önemli ve en acil güçlüklerle yönelik yenilikçi çözümler bulmak üzere proje ekiplerini yönetmeyi teşvik ediyor. Sosyal girişim ekipleri, atölye çalışmaları ve sektöründe deneyimli kişilerce yapılan akıl hocalığı (mentorluk) aracılığıyla, uygulamaya yönelik özet sunumları ve ardından iş planlarını tamamlıyor ve başvurular arasında en başarılı bulunanlar yerel süreçlerden bölgesel ve küresel süreçlere doğru ilerliyorlar. Küresel GSVVC ağında Sosyal Genişleme Ortağı olan Koç Üniversitesi, Türkiye'de ve giderek daha da genişleyen bir çevrede yarışmaya ev sahipliği yapıyor. Bilgilendirme amaçlı oturumlarla ve akıl hocalığıyla bu ekipler hem finansal katma değer hem de pozitif etki yaratmak üzere ürün ve hizmetleri için stratejiler geliştirmek amacıyla birbirleriyle ve sektör profesyonelleriyle beraber çalışıyor. Seçilebilmek için başlıca kriter, her ekibin herhangi bir disiplinde halihazırda lisansüstü öğrenci olan veya onaylanmış bir lisansüstü programından en fazla iki yıl önce mezun olmuş bir aktif üyeye sahip olması. Seçilebilirlik kriterleri ve geçmiş yarışmalarla ilgili, bu yıl katılan projelerle ilgili daha detaylı bilgilere gsvvc.ku.edu.tr adresinden erişilebilir.

ZUMBARA - Ayşegül Güzel / Bu sitede para yerine zaman kullanılıyor



Zumbara (Zaman Kumbarası) para yerine zamanın kullanıldığı sosyal bir paylaşım ağı ve bir alternatif ekonomi hareketi. Sistem 'birisine bir saatlik yardım et. Karşılığında bir saat kazan ve kumbarana at. Bu bir saat ile topluluktaki dilediğin kişiden istediğin bir saatlik servisi al' mantığı ile işliyor. Para ile şu anki sistemde servis bazında yapabileceğiniz her şeyi zaman ile yapıyorsunuz. Zumbara'da şu an 12 binin üzerinde üye bulunuyor. 8 binin üzerinde servis girişi yapılmış ve aylık ortalama 800 saat servis değişimi gerçekleşiyor.

Sitenin kurucusu Ayşegül Güzel, sitenin sosyal faydaları hakkında şunları söylüyor: "İnsanların zamanı özgür bıraktıkları, parayı şükranın ifadesi olarak kullandıkları, birlik, bütünlük ve bolluk bilinciyle armağan kültüründe yaşadıkları bir dünyanın mümkün olduğuna inanıyoruz. Bu dünyaya şu şekilde katkı sağlıyoruz: Paylaşım kültürü ve armağan ekonomisi ile ilgili farkındalık yaratarak, insanların armağanlarını paylaşarak ihtiyaçlarını karşıladıkları alanlar açarak ve güven temelli ilişkiler ve dayanışık topluluklar oluşturuyoruz."

Önümüzdeki dönemde yine topluluk odaklı çalışmalara devam edeceklerini belirten Güzel, yeni dönemde yaratıcı etkinlikler ile farkındalık yaratmayı hedeflediklerini, dünyada armağan ekonomisi alanında çalışan vizyoner kişilerin bir araya geleceği 'Armağan Festivali'ni İstanbul'da ev sahipliği yapmayı hedeflediklerini söylüyor.

KRALİÇE KELEBEKLER - Pelin Akman / Taksici boyacı kadın yetiştiriyor

Kraliçe Kelebekler Pelin Akman'ın kurmuş olduğu bir sosyal girişim. 2006 yılında OMEGA Şirketler grubu bünyesinde, sosyal alanda proje üretmek üzere kurulan ACTUS, Kraliçe Kelebekler ismini verdiği kadın istihdam projesini 2011'de hayata geçirmiş.

Projede meslek sahibi olması hedeflenen kitle 30 yaş ve üzeri, çalışmaya ihtiyaç duyan ancak profesyonel ve kalıcı bir iş bulma anlamında eğitim ve tecrübe olarak yetersiz kadınlar. Bu kadınlara, uzman kişiler tarafından hazırlanan ve uygulanan eğitim programları kapsamında ücretsiz mesleki eğitim imkânı sağlanıyor. Eğitimler sonrasında kadınlar, Kraliçe Kelebekler markasıyla istihdam ediliyor. Örneğin bir grup kadın taksi, servis ve makam şoförü olarak yetiştirilmiş. Projenin ikinci aşamasında bir grup kadın, INTES'in şantiyesinde aldıkları eğitimlerin duvar boyacısı olmuşlar. Projenin üçüncü aşamasında ise hasta, çocuk, yaşlı refakatçisi, temizlik personeli ve ütücü olarak çalışmak üzere organize edilmiş.

Pelin Akman, tüm bu faaliyet alanlarına tarım ve hayvancılığı da eklediklerini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "2006'da Beykoz'da, kurduğumuz Yemyeşil isimli hobi bahçemiz 2011'de Kraliçe Kelebekler çatısı altına alındı. Şu anda bölge köylerindeki pek çok kadına da dönemsel iş imkanı sağlıyor. Şile yakınlarında kurduğumuz Dale Hanım Saan Keçi Çiftliği'nde de şu an 35 keçimiz bulunuyor. Kadınlarımızın ürettiği keçi peyniri, keçi yoğurdu satışı yapıyoruz."



CAN SİMİDİ - Volkan Pelit / Engelsiz yaşam için uğraşıyorlar

Can Simidi projesi engelli vatandaşların sosyal hayatlarını, ihtiyaçlarını daha rahat bir şekilde karşılayabilmek ve engelli istihdam etmek amacıyla Türkiye'nin kendi alanında ilk ticari ve sosyal sorumluluk projesi. Konsepti simit satan mağazaların konseptiyle aynı. Ancak Can Simidi mağazalarında en önemli madde bir engelli çalıştırma zorunluluğu olması. Girişinden lavabo ve tuvaletine kadar engellilerin rahatça hizmet alabileceği bir işletme olması da Can Simidi'ni sosyal girişim yapan başka bir unsur. Ayrıca mağazaların cirolarından yüzde 8 royalti hakkı alınıp diğer engelli vatandaşların temel ihtiyaçları karşılanıyor. Can Simidi Bayi Sorumlusu Volkan Pelit, 'Her simit bir ümit' sloganıyla Türkiye genelinde 5 bin mağaza açarak engelsiz bir yaşama destek olmayı ve engelleri ortadan kaldırmayı hedeflediklerini söylüyor.



Yavuz Çakır / Otomatik Kitap Otomatları

Kitap satışı yapan makinaların ilk defa kullanılmaya başlandığı bu girişim ile Türkiye'de üretimi henüz mümkün olmayan bu makinaların yurtdışında üretilmesi sağlanıyor. Özellikle kapladığı yer hacmi, insan gücü gerektirmemesi ve ekonomik olması sebebiyle otomatların kitap okuma alışkanlığına katkı sağlıyor. Kitap otomatları korsan kitap satışına karşı verilen mücadeleye olan katkısının yanı sıra dikkat çekici ve merak uyandırması sebebiyle de kullanılıyor. Özellikle iş saatleri dışında kitap alınabilecek noktaların kapalı olduğu zaman dilimlerinde insanların düşük maliyetle kitap alabilecekleri noktalar oluşturuluyor.



KAPAK KONUSU



HAYAT SENDE GENÇLİK AKADEMİSİ - Abdullah Oskay

Hayat Sende Gençlik Akademisi, büyük çoğunluğu devlet korumasında yetişen gençlerden oluşuyor ve yine devlet korumasında kalan çocuk ve gençlerin insan kaynağı kalitesini artırmak için çalışmalar yapıyor.

Bu kurumlarda kalan gençler, üniversiteye ilk gittiklerinde maddi açıdan sorunlar yaşıyorlar ve yaptıkları burs başvurularının sonuçlanması için dört ay kadar zamana ihtiyaç duyuyorlar. Hayat Sende Gençlik Akademisi, bu gençler için bir burs fonu oluşturuyor ve bu gençlere üniversiteye başladıkları ilk dört ayda burslar veriyor. Bu fonun giderleri de, verilen profesyonel eğitimlerden elde edilecek gelirle karşılanıyor.

Eril Gün Ezerel

/Üniversite öğrencilerine kariyer desteği

Sinaps ekibi, öğrenci CV'lerinin çok bir şey ifade etmediğini, işe veya staja alımların büyük oranda şansa ve okulun getirdiği etikete bağlı olduğunu biliyor. Bu durumu iyileştirmek ve bütün öğrencilere eşit şartlarda kendilerini kanıtama fırsatı yaratmak için Sinaps.com kuruluyor. Bu platformda, firmalar ve kurumlar, öğrencileri düşünmeye zorlayacak problemler yayınlıyor ve bir ödül belirliyorlar. Öğrenciler de bu problemlere çözüm önerileri getirerek hem kendilerini iş dünyasına kanıtıyor, hem de para ödülü veya staj imkanı gibi ödüller kazanıyorlar. Diğer yandan firmalar da aradıkları genç yeteneklere ve yaratıcı fikirlere daha kolay ulaşmış oluyor.



Mustafa Altuncu /Bir Enstrüman Çok İnsan



"Bir enstrüman birçok insanın hayatını değiştirebilir, birçok insanı bir araya getirebilir" mottosuyla yola çıkan 'Bir Enstrüman Çok İnsan' projesi müziğin birleştiriciliğini tüm dünyaya göstermeyi amaç ediniyor. Isparta'da yaşayanların enstrüman sahibi olma ve çalma hayallerinin, başta maddi olanaksızlıklar olmak üzere çeşitli nedenler yüzünden engellenemeyeceğini kanıtıyor. Sadece kullanılmış, ancak hala kullanılabilir müzik aletlerini, ihtiyacı olanlara ulaştırmakla kalmayıp, toplanılan bağışlarla yenilerini alıp arzu eden ama maddi imkanı olmayan kişilere de bağışlıyor.

Devlet Okullarına Yönelik Sosyal Eğitim Projesi - Emre Özgür Projenin misyonu yaratılan şeffaf ve güvenilir bağış platformu ile bağışçıları motive ederek eğitim sisteminde fırsat eşitliğine katkıda bulunmak. Bunun için okulların ve bağışçıların bir araya gelebileceği bir web sitesi oluşturulmuş. Bu web sitesi üzerinden okullar isteklerini belirtiyor ve bağışçılar da bu istekleri görüp okullara ulaştırıyorlar. Proje, Milli Eğitim Bakanlığı'nın onay ve desteğiyle çalışıyor.

Koç Üniversitesi Uluslararası Programlar Direktörü Ayşe İnan / "Eğitim, sağlık, su ve kırsalda girişimciye ihtiyaç var"

"Sermayeye ulaşım, kaynaklara ulaşım ve bilgiye ulaşım: Bunlar Türkiye'de ele alınması gereken üç ana kategori. Bu alanlardaki gereksinimleri karşılamada inovasyon ruhu ve girişimcilik kültürü birçok verimli iş geliştirilmesini sağlar. Bence, tüm şirketler için birincil hedef sürdürülebilirlik olmalı ve bu da toplumun yüz yüze olduğu en büyük güçlükleri kendi güçlükleriymiş gibi gören kuruluşların, demografik veya coğrafi eşitsizlikleri, pazar boşluklarını ve henüz ele alınmamış olan mevcut ve gelecek diğer gereksinimleri kurumsal fırsatlara dönüştürmeleriyle mümkün. Üzerinde en fazla durulması gereken sektörler bakıldığında bence eğitim ve sağlık, su ve kırsal altyapı özellikle odaklanılması gereken alanlardır."





Varlık Sezgin / Sonradan Gurmeler

Sonradan Gurmeler, özellikle esnaf lokantalarını tercih ederek, hem lezzet çeşitliliğini öğreniyor hem de yörenin kültürüne ayna tutuyor. Genç gurmeleri bir araya getirerek saklı kalmış lezzetleri keşfe çıkıyor, bu vesileyle gerek kültürel gerekse sosyal fayda sağlanıyor. Türkiye tarihinde önemli yeri olan esnaf lokantalarının da fast food zincirlerine yenik düşmesine engel olmaya çalışılıyor.



Nazlı Özgan / Genç kadınların gelişimine katkı

Kadınların toplum içinde değer gördüğü, liderlik becerilerinin ve potansiyelinin desteklendiği bu proje. Topluma fayda sağlayabilmek için kadınlara da ihtiyaç olduğunun benimsendiği bir dünya isteyen Değişim Liderleri Derneği bu amaçla hazırlanılan projeler ile 18 binin kişinin hayatına dokundu ve hala dokunmaya devam ediyor.

Burak Özdemir / Yeni Yetiler Kazanabilmek

YeniYeti, hayatın yoğun temposundan yorulmuş ve sıkılmış olan insanlara, 2-3 saat gibi kısa bir sürede kendilerine yeni yetiler kazandırabilme ve yeni insanlarla tanışıp sosyalleşebilme fırsatı sunuyor. Bunun dışında herkesin eğitmen olabileceği bir platform sunarak, her kesimden insana yetenekleri veya hobileri üzerinden istihdam sağlayabileceği bir ortam yaratıyor. Diğer yandan, evinde çalışan insanları da ekonomiye katarak, herkesin istediğini öğrenebileceği, bildiğini öğretebileceği sosyal bir eğitim platformu olarak topluma hizmet ediyor. Bu proje ile origamiden kahve yapımına, köpekleri anlamaktan araba park etmeye kadar herhangi bir konuda eğitim alınabileceğini, eğitim kavramının sıkıcı ve tekdüze bir kavram olmadığını insanlara anlatabilmek, insanların eğitim kavramına olan soğuk ve korku dolu bakışlarını değiştirebilmek ve insanların içinde saklı kalmış yetilerini ortaya çıkarabilmek.



Sezgi Evren / Kültürel Mutfak

Kültürel Mutfak çalışmaları ile Diyarbakır'da özellikle şiddet ve göç mağduru kadınların kendilerini ve yeteneklerini keşfedebilecekleri, üretebilecekleri ve saygı göreceklere bir ortam yaratılıyor. Öncelikle üretmeye ve aile bütçesine katkı sağlamaya hazır kadınlar ile meyve ve sebze ekmeye, ürünler toplandığında bu organik ürünleri işleyerek satışa hazır hale getirmeye başlanmış. Girişimin başlangıcında evlerin damlarında ve hijyen ortamını yakalanan her yerde çalışmaya devam ediliyor. Projenin amacı devamlı kullanılabilen bir üretim tesisinde projenin devamını sağlayabilmek. Her gün daha fazla sayıda kadın Kültürel Mutfak için çalışıyor ve bu sayede erkek egemen toplumda kadınların çalışmalarının uygun olmadığı önyargısı da yavaş yavaş kırılıyor. Ekonomik gelişim, tarım, insan hakları ve göç gibi çok önemli ve hassas konulara yerel çözümler buluyor.



Samet Beyazkılınç / Temiz Bir Gelecek ve Sağlıklı Yaşam için SAMBİS



Günümüz dünyasında önemi gün geçtikçe daha da artan çevre kirliliği, geleceğin en önemli kaygılarından biri. Bu proje ile ekonomik ve kültürel kalkınma potansiyellerini harekete geçirerek kentsel dokuların korunması ve geliştirilmesini amaçlıyor. Özellikle bisiklet kullanımının yaygın olmadığı Karadeniz Bölgesi'nde böyle bir girişimin dikkat çekeceği ve tercih edileceği tahmin edilmiş. Bu anlamda insan sağlığına ve çevreye yatırım yapan bir uygulama olarak 'Akıllı Bisiklet Kiralama Sistemi' hayata geçirilerek zararlı gazların oluşturduğu sera etkisini ve gürültü kirliliğini azaltmaya yardımcı bir ulaşım alternatifi sunulmuş. Samsun'da kurulan mevcut sistemin Türkiye'nin farklı illerinde de hayata geçirmeyi hedefliyor.

KAPAK KONUSU



S.S. BIGA KADIN ÇEVRE KÜLTÜR VE İŞLETME KOOPERATİFİ

Ayşe Temiztaş / Evden çıkmayan kadınların kooperatifi

Kooperatif, Biga'da yaşayan sosyal, ekonomik olanaklardan yoksun ya da bugüne dek yararlanamamış, evin dışında çalışmamış kadınların, hem kendileri ve çocukları hem de çevreleri için, yaşamı yeniden ürettiği bir örgütlenme modeli. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı'nın (KEDV) eğitim ve teknik desteği ile 2005 yılında kurulmuş. Başta liderlik eğitimleri olmak üzere, finansal okur-yazarlık, annelere okul öncesi eğitim, bilgisayar eğitimleri, açıcılık, girişimcilik, kadının insan hakları, kadın sağlığı gibi birçok konuda eğitimler veriliyor. Ayşe Temiztaş'ın deyimiyle 'yoktan var edilen' unlu gıda imalathanesinde 2005 yılında üretime başlanmış. Önce bir lokanta, ardından kafe işletmeye başlamışlar. Haftalık pazar yerinde satış merkezi oluşturulmuş. Kolektif bir üretim ve paylaşım ile onlarca kadının üretimine değer kazandırılmış.

KEDV'in prefabrik bina ve eğitim katkısı ile belediyeden kiralanılan bir arsa üzerinde Kadın ve Çocuk Merkezi kurulmuş. Bu merkezde erken çocukluk eğitim ve bakım hizmetleri vermeye başlamış. Merkezde kadınlar yuva yöneticiliğini, öğretmen yardımcılığını öğrenmiş. Kooperatifle evden çıkmayan kadınlar olarak kamusal alana çıktıklarını söyleyen bu girişimin öncüsü Ayşe Temiztaş, kurumsal görünürlük arttıkça yerel yönetimin ve toplumdaki diğer aktörlerin desteğini de almaya başladıklarını ifade ediyor. Temiztaş, "Eğitim ve çalışma yaşamı ve geliştirdiğimiz işbirlikleri toplumsal sorunlara duyarlılığımızı artırdı. Kadın sorunlarına ve haklarına yaklaşımda farkındalık oluştu. Kendimizi, sorunlarımızı ve çözüm önerilerimizi daha cesur dile getirmeye başladık. Ekonomik olarak kısmen özgürleştik, haklarımızı öğrendik. Dayanışma, paylaşma, birlikte hareket etme özelliklerimizi geliştirdik" diyor.

ANIKYA İZNIK ÇİNİ - Nejla Anıl

/ İznik çinisini dünya markası yapacak



Türkiye'nin Kadın Girişimcileri Yarışması'nda "Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci" ödülünü alan Nejla Anıl'ın markası Anikya İznik Çini, 17'nci yüzyılın sonlarında yok olmaya yüz tutmuş İznik Çini sanatını, günlük hayatta kullanılan işlevsel ürünlere dönüştürerek yaşatmak amacıyla 2000 yılında Nejla Anıl tarafından kuruldu. Anıl, tarihte sadece duvar süslemesi ve kap kakac olarak kullanılan İznik çinileriyle çağdaş tasarımlar yaparak, takı ve aksesuardan mobilyaya kadar binlerce çinili ürün geliştirmiş ve İznik Çini sanatına yeni

kullanım alanları açmış. Anikya halen, aynı yıllarda İznik'te bu el sanatının yeniden doğması ve halka bu alanda istihdam sağlamak için proje başlatan Sevinç Öztürk'ün 2004 yılındaki ortaklığıyla, devam ediyor.

2000 yılında 3 kişiyle faaliyete başlayan Anikya bugün toplam 40 kişiye doğrudan istihdam sağlıyor. Ahşap, bakır, gümüş, deri, metal, çerçeve gibi yan sektörlerle birlikte toplam 150 kişinin istihdamına katkıda bulunuyor.

Avrupa Birliği ve Unesco'nun desteklediği Prodecum Projesi çerçevesinde Türkiye'de yok olmaya yüz tutan sanatlar arasında alınan İznik Çini sanatını temsilen proje kapsamında, Fransa, İtalya, Cezayir, Fas ve Ürdün gibi Akdeniz ülkelerinde sergiler açılmış. Dışişleri Bakanlığı ve TELLFA Derneği'nin ortak girişimiyle Tallinn'de ve Riga'da düzenlenen Türk Günleri çerçevesinde İznik çinileri ve İznik çinisinde Mevlana'yı Baltıklar'da tanıtmak, kültürler ve sanatlar arasında bir köprü kurulmasını sağlamak için etkinlikler düzenlenmiş. Çinili takı üretimi başlatarak, Türkiye'de birçok kadın sanatçının girişimci olmasını sağlamış. Anıl projeye İznik çinisini Türkiye'yle birlikte anılan bir dünya markası yapmayı hedeflediklerini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Çağdaş çini tasarımı ve üretiminin Türkiye'de sürdürülebilir bir iş olarak kalmasını ve gençlerin bu sanatı sevmesini sağlamak, sektörde istihdamın daha çok artması için projeler geliştirmek ve çini sektöründeki ürün-fiyat dengesizliği ve haksız rekabetle etkin bir şekilde mücadele etmek hedeflerimiz arasında."

Küresel sosyal girişimci seçiyorlar

Son yıllarda sosyal girişimciliği geliştirmek adına üniversiteler de harekete geçmiş durumda. Koç Üniversitesi de bunlardan biri. Küresel Sosyal Girişim Yarışması (Global Social Venture Competition - GSVVC), lisansüstü öğrencilerini toplumun karşı karşıya olduğu en önemli ve en acil güçlüklerle yönelik yenilikçi çözümler bulmak üzere proje ekiplerini yönetmeyi teşvik ediyor. Sosyal girişim ekipleri, atölye çalışmaları ve sektöründe deneyimli kişilerce yapılan akıl hocalığı (mentorluk) aracılığıyla, uygulamaya yönelik özet sunumları ve ardından iş planlarını tamamlıyor ve başvurular arasında en başarılı bulunanlar yerel süreçlerden bölgesel ve küresel süreçlere doğru ilerliyorlar. Küresel GSVVC ağında Sosyal Genişleme Ortağı olan Koç Üniversitesi, Türkiye'de ve giderek daha da genişleyen bir çevrede yarışmaya ev sahipliği yapıyor. Bilgilendirme amaçlı oturumlarla ve akıl hocalığıyla bu ekipler hem finansal katma değer hem de pozitif etki yaratmak üzere ürün ve hizmetleri için stratejiler geliştirmek amacıyla birbirleriyle ve sektör profesyonelleriyle beraber çalışıyor. Seçilebilmek için başlıca kriter, her ekibin herhangi bir disiplinde halihazırda lisansüstü öğrenci olan veya onaylanmış bir lisansüstü programından en fazla iki yıl önce mezun olmuş bir aktif üyeye sahip olması. Seçilebilirlik kriterleri ve geçmiş yarışmalarla ilgili, bu yıl katılan projelerle ilgili daha detaylı bilgilere gsvvc.ku.edu.tr adresinden erişilebilir.



Lezzet akademisiyle çevre ülkelere açılacak

Yeme içme sektörünün yarattığı eko sistem, yeni girişimlerin de önünü açıyor. 25 yıldır servis ve ağırlama sektöründe hizmet veren American Hospitality Academy'yle anlaşarak Türkiye'de 'Usla' markasıyla ağırlama ve mutfak akademisi açan Korkut Anıç, yurt içinde şube sayısını artırırken çevre ülkelere açılmaya hazırlanıyor.

Son dönemin en popüler yatırım alanının yeme içme sektörü olduğu konusunda herkes hemfikir. Özellikle Doğu Grubu'nun patronu Ferit Şahenk yaptığı yatırımlarla tüm ilgiyi sektöre çekti. Ferit Şahenk'in ardından pek çok iş adamının sektöre yatırım yapacağına ilişkin haberler yayılmaya başladı. Büyüklüğü 7 milyar dolara ulaşan yeme içme sektörü yıllık her yıl ortalama yüzde 20 büyürken çevresinde de ciddi bir ekosistem yaratıyor. Özellikle sektörün en önemli ihtiyacı olarak öne çıkan kalifiye eleman yetiştirme konusunda yeni girişimlerin sayısı giderek artıyor.

Türkiye'nin ilk ve özel profesyonel aşçılık okulu Mutfak Sanatları Akademisi'nin ardından (MSA), İstanbul Culinary, Whirlpool Mutfak Sanatları Akademisi (WMSA) gibi yatırımlar gel-

di. Son olarak da Özyeğin Üniversitesi öncülüğünde dünyanın en önemli aşçılık okulu olarak kabul edilen Le Cordon Bleu sertifika programına başlarken İstanbul Doors Group bünyesinde Nusret Steakhouse, Kiva, Armani Ristorante, Kahve Dünyası ve Go Mongo'yu bulunduran ve yüzde 74,25'ini Ferit Şahenk'in satın aldığı İstanbul Doors Group bir akademi kurdu. Bomonti'de 3 bin metrekare alana 2 milyon Euro yatırımla kurulan Doors Akademi'de yılda bin 200 profesyonel öğrenci, 2 binin üzerinde amatör mutfak tutkunu ve 100'ün üzerinde kurumsal müşteriye eğitim verilmesi planlanıyor.

Uluslararası eğitimler veriliyor

Tüm bu yatırımların arasında dikkat çekenlerden biri de Usla. 2005'ten bu yana otellerin ihtiyaçlarına yönelik personel eğitimleri veren Korkut Anıç, sektördeki boşluğu görerek Usla'yı kurmaya karar verdi. "Otellerin verdiği hizmetler vardır. Ancak kendini bu alanda geliştirmeye yönelik bireysel olarak gidilebilecek bir yer yoktu" diyen Usla Yönetim Kurulu Başkanı Korkut Anıç, böylece bir araştırma sürecine girdiklerini söylüyor. Bu süreçte 25 yılı aşkın süredir servis ve ağırlama sektöründe hizmet veren American Hospitality Academy International Management Schools'la (AHA-IHMS) yolları kesiyor ve markanın Türkiye haklarını alır.

Yaklaşık bir yıl önce kurulan Usla, American Hospitality Academy'yle yapılan stratejik ortaklık sayesinde dünyada uluslararası otel zincirlerinin insan kaynakları departmanlarında çalışmış üst düzey yöneticilerin oluşturduğu bir içeriği sunuyor. Usla, iki yıllık, se-



KORKUT ANIÇ

Şirketlere özel motivasyon eğitimleri

Usla'nın şirket çalışanlarına yönelik motivasyon eğitimleri de bulunuyor. Anıç, bu atölyelerde çalışanların iş stresini bir kenara bırakıp takım ruhuyla hareket edebileceği bir ortam yarattıklarını söylüyor. Atölyede çikolata yapımı, kokteyl hazırlama eğitimlerin yanı sıra özel şeflerle 'Şef Luigi Mariconda ile El Yapımı Makarnalar', 'Şef Seren Sengel ile Yaz Tatlıları', 'Şef İdil Şanal ile Detox ve Çiğ Beslenme' gibi farklı başlıklar altında eğitim almak mümkün.

kız aylık ve kısa dönem sertifika programlarının sonunda, Milli Eğitim Bakanlığı onaylı, American Hospitality Academy Sertifikası veriyor. Eğitim almanın maliyeti süreye göre değişiyor. Sekiz ay süren temel aşçılık programı 14 bin 500 lira. Beş ay süren pastacılık programı ise 12 bin 500 lira.

Yurt dışında staj imkanı var

Ayrıca, AHA ile işbirliği sayesinde iki sene tam zamanlı eğitim alan öğrencilere, ABD'de birinci sınıf otel ve resortlarda staj imkanı sunuyor. ABD dışında Kanada, Yeni Zelanda, Avustralya'da bir yıl süreli maaşlı staj yapma imkanı sağlıyor. Stajın kotalı olduğunu belirten Anıç, sebebini ise şu şekilde açıklıyor: "Biz bunu önemsiyoruz çünkü oraya düzenli olarak yeni öğrenciler göndermek istiyoruz. Bu eğitim almış kişinin Türkiye'ye dönmesi gerekiyor. Çünkü bizim amacımız Türkiye'ye kalifiye personel yetiştirmek."

Usla sadece İstanbul'la sınırlı kalmayacak. Yeme-içme sektörünün gelişme potansiyeliyle doğru orantılı olarak diğer şehirlerle de yayılmak istediklerini söylüyor Korkut Anıç. İstanbul'un ardından şirketin radarında Antalya ve Bodrum var. Emin adımlarla ilerleyerek Türkiye'deki şube sayısını artırmak istediklerine dikkat çeken Anıç, sermayeden daha çok eğitmen bulmanın önemli olduğunu söylüyor.



İlk şube Bakü'de

Usla'nın yurt dışı macerası da şimdiden başlamış. Bakü'de bir proje üzerinde çalıştıklarını söyleyen Korkut Anıç sözlerine şu şekilde devam ediyor: "Bir yatırımcıyla anlaşma aşamasındayız. Bakü'de yer bakıyoruz. Orada da uzun süreli iş yaptığımız bir eğitim danışmanlık firmasıyla görüşüyoruz. Bakü çok ciddi otel yatırımlarının olduğu bir ülke ama serviste Türkiye'den 20 yıl geride. Yapılacak çok iş var. Dil olarak da avantajlı Türkçe eğitmen gönderdiğinizde anlaşmak mümkün."

Henüz inşaat sürecindeyken çevre ülkeler-

den pek çok teklif almış Usla. Hatta Erbil'de proje için bir yatırımcı hali hazırda bekliyor. Bakü projesi 2013 sonunda açıldıktan sonra Erbil'de devam edebileceklerini belirtiyor Korkut Anıç.

Yeme-içme sektöründeki ortaklık ve satın almaya yönelik hareketten Usla da payını alıyor. Ortaklık teklifleri aldıklarını ancak değerlendirmeye aşamasında olduklarını söyleyen Korkut Anıç, "Ortaklık tekliflerine sıcak bakıyoruz çünkü yeni yatırımlarla beraber kalifiye personelin önemi de artacak. Eğitim kurumları öne çıkacak. Yatırımcı olarak ne kadar para harcarsanız harcamanın önemli olan nitelikli personel" diyor.

Krizdeki İspanya'da fırsatlar cazip mi?



DİNÇER EZGEÇ VE SILVIA PEREA

İspanya'nın en popüler turistik merkezlerinden Costa Brava, Barcelona, Madrid, İbiza, Mallorca ve Granada'da 100 bin Euro'dan başlayan fiyatlarla ev sahibi olmak mümkün. Bu konuda danışmanlık hizmeti veren TCA Barcelona'nın Kurucu Ortağı Dinçer Ezgeç, "Otel fiyatları 11 milyon Euro'dan 2.2 milyon Euro'ya kadar düştü" diyor.

Derin bir kriz yaşayan İspanya, yatırım için cazibe merkezine dönüşme uğraşında. Son dönemde Türkiye'de artan emlak vergileri, yükselen mortgage kredileri ve konut fiyatları İspanya'da yatırıma yeşil ışık yakıyor. İspanya'da konut fiyatları, içinde bulunduğu kriz nedeniyle son dört yılda metrekare bazında yüzde 70'e varan bir düşüş gösterirken, kiralar da yaklaşık yüzde 20-25 oranında düştü. Kasım 2012'de konut satışlarına bakıldığında bir önceki yıla oranla yüzde 6.1 geriledi. Elinde stok konut fazlası bulunan İspanya'da Rus'lar ve Çin'lilerden sonra

Türkiye'de yaşayan işadamları ve girişimcilerin de ilgisi arttı.

İspanya'da konut, ticari ve endüstri alanlarındaki yatırımlar için farklı portfolyolar sunan TCA Barcelona, İspanya'nın popüler merkezlerinden Costa Brava, Barcelona, Madrid, İbiza, Mallorca ve Granada gibi bölgelerde 1+1 apartman dairelerinden, müstakil evlere fiyatları 100 bin Euro ile 10 milyon Euro arasında değişen çok farklı konut tipleri sunuyor. TCA Barcelona alım satım sürecindeki tüm bürokratik işlemleri yatırımcı için gerçekleştirirken, satış sonrası yatırımlarını değerlendirmeleri için finansal danışmanlık hizmeti de veriyor. Konutu İspanya'da yaşamak için alanlara ise İspanya'da oturma izni, çalışma izni, mortgage kullanımı ve gayrimenkul yönetimi gibi konularda danışmanlık hizmeti sunuyor.

Türkiye'den ilgi yoğun

TCA Barcelona ortaklarından Dincer Ezgeç, Yeditepe Üniversitesi İşletme Bölümü'ni bitirdikten sonra yüksek lisans yapmak için Barcelona'ya gitmiş. Orada şimdiki ortağı Silvia Perea ile tanışmış ve İspanya'daki bu fırsatı görünce bu konuda hizmet veren bir şirket kurmaya karar vermiş. Ezgeç, 350 bin Euro'dan satışa sunulan evlerin bugün 100 bin Euro seviyelerine indiğini söylüyor. Son dönemde Türkiye'den de İspanya'ya ilginin arttığını belirten Ezgeç, "Türkiye'deki işadamları özellikle otellere ilgi gösteriyor. 11 milyon Euro değerindeki bir otelin satış fiyatı 2.2 milyon Euro'ya düştü. Madrid'de 800 bin Euro'ya otel bulmak mümkün" diyor.

Özellikle İstanbul'da katıldıkları fuardan sonra Türkiye'den ilginin arttığını ifade eden Ezgeç, 100'ün üzerinde başvuru aldıklarına dikkat çekiyor. Tekstil sektörünün de İspanya'ya ilgi duyduğunu söyleyen Ezgeç, tekstilcilerin show room açmak için başvurduğunu vurguluyor.

Vatandaş olmak şart değil

Ezgeç, İspanya vatandaşı olmadan da İspanya'dan çok uygun fırsatlarla mortgage alarak ev sahibi olmanın mümkün olduğunu söylüyor. Ezgeç, Türkiye ile İspanya şartları kıyaslandığında İspanya'da Türkiye'ye göre çok daha ekonomik faiz koşulları altında Euro üzerinden mortgage ödeyerek ev sahibi olunabildiğini ve yapılan yatırıma bağlı olarak Türkiye'de 20 senede amort eden gayrimenkul yatırımının İspanya'da sekiz yıla kadar kendini amorti edebilecek hale geldiğini ifade ediyor. Ezgeç, bunun sebebi olarak bankacılık sektörünün çektiği büyük nakit sıkıntısı ve paralelinde gayrimenkul fiyatlarındaki büyük düşüşü gösteriyor ve İspanya'nın halen dünyanın en çok turist çeken ülkelerinden birisi ve gayrimenkul getirisinin Euro üzerinden olduğunu da sözlerine ekliyor.

Türkler kiraya veriyor

Firma ortağı Silvia Perea, İspanya'da konut sahibi olanların kanunların ve bürokrasinin belirlediği kriterlere uydukları taktirde oturma izni ile Avrupa'da vizesiz seyahat edebileceğini, banka hesabı açtırabileceği, çalışma izni alabileceğini, kendi işlerini kurabileceklerini belirtiyor. Geçici izinlerin ardından 10 seneyi tamamlayanların vatandaşlık hakkını alacağını ifade eden Perea, "Türkler daha çok apartman dairelerini yatırım için almayı tercih ediyor. Bu daireleri daha sonra kiralyorlar" diyor.

FRANCHISING

Fatoş Bozkus / fbozkus@ekonomist.com.tr



Tulumbadan, bir marka çıktı

Osmanlı Tulumbacısı markasıyla şu anda 40 şubeye ulaşan İzmitli Özcan ve Orhan Durmaz kardeşler, franchise vererek tüm Türkiye'ye yayılmak için çalışıyor. Patentli ürün yaratmak için de uğraşan iki kardeşin hedefi, her ilçede bir Osmanlı Tulumbacısı'nın olması.

Geleneksel tatlılarımızdan tulumbayı farklı tatlarla birleştirerek Gölçük'te marka yaratan İzmitli Özcan ve Orhan Durmaz kardeşler, markaları Osmanlı Tulumbacısı'nı tüm Türkiye'ye yaymak için çalışıyor. Bunun için 1.5 yıl önce franchise vermeye başlayan iki kardeş bugün 40 şubeye ulaşmış durumda. Hedef ise bu yılın sonunda şube sayısını 100'e çıkarmak.

Kayınpederi tulumba tatlıcısı olan Özcan Durmaz Gölçük'te onunla birlikte Osmanlı Tulumbacısı markasıyla dükkan açarak bu işe girmiş. İstanbul'a makine almaya gittiğinde bir amcanın "Evlad tulumba balla yapılır" öğüdünü dileyen Durmaz, tatlıyı balla, tereyağla yapınca tulumba satışları patlamış. Ardından çikolatalı tulumba yapmayı denemiş durmaz. Sonra franbuaz ve portakalı eklemiş.

Şu anda 7 çeşit tulumbaları olduğunu söyleyen Durmaz, farklı bölgelerde mağaza açma kararını ise kardeşi Orhan Durmaz'ın Almanya'dan gelişle vermiş. O dönemde pek çok müşterinin bayilik istediğini söyleyen iki kardeş güç birliği yaparak franchise sistemini kuruyorlar. Fuarlara katılmak da talepleri arttırıyor. Derken 1.5 yıl içinde İstanbul, İzmir, Bursa, Adapazarı gi-



ORHAN DURMAZ - ÖZCAN DURMAZ

bi pek çok ilde toplam 40 şubeye ulaşıyorlar. 2012 ciroları ise 6 milyon lira.

Hedef büyük

Her ilçede şube açmanın en büyük hedefleri olduğunu söyleyen Özcan Durmaz özellikle trafiğin aktığı noktalarda mağazalaşma taraftarı. Bu işin rahat yapılabilmesi için 35-40 metrekaare bir dükkana ihtiyaç olduğunu söyleyen Özcan Durmaz franchise şartlarıyla ilgili şu bilgileri veriyor:

"Bize özel dükkan olmasını istiyoruz. Franchise bedelimiz 25 bin lira. Dekorasyon firmamız dükkana gidip fiyat veriyor. Ancak girişimci istediği yere dekorasyon yaptırabiliyor. Şu anda Osmanlı konseptiyle açıyoruz mağazaları o konseptte uygun yapılması gerekiyor. Dekorasyon bitince açılıyor dükkan. Biz donuk ürün veriyoruz. Cihazlarımız var. Onları alıyor girişimci. Yarı pişmiş ürünlerimizi bu cihazlarda pişiriyoruz. Sonra gönderdiğimiz şerbeti üzerine döküp müşterisine sunuyor."

Yurt dışı hayali

Yurt dışından da franchise talebi aldıklarını söyleyen Durmaz, nakliye konusunda sıkıntı yaşamayacakları ülkelere ilk olarak girmeyi düşündüklerini anlatıyor. Yakın zamanda KKTC'de ilk şubelerini açacaklarını söyleyen Durmaz Arap ülkelerine de girmek istediklerini belirtiyor. Durmaz kardeşlerin bir diğer hedefler ise kendi çıkaracakları ve adını kendilerinin vereceği patentli bir ürün çıkarmak. Bu yönde Ar-Ge çalışmalarının sürdürdüğünü söyleyen Durmaz, bir taraftan da tulumba tatlısının çeşitlerini arttırmak için uğraştıklarını belirtiyor.



Bu kitap girişimcinin başucunda duracak

Garanti Bankası'nın girişimcilere özel olarak hazırladığı Girişimci El Kitabı, girişimcilerin başarıya yürüyen yolda ihtiyaç duyabilecekleri tüm bilgileri kolay bir anlatımla sunuyor. Kitapta, satış performansının yönetiminden insan kaynağı gelişimine kadar pek çok bilgi bulunuyor.

Garanti Bankası, yeni fikirlerin gelişmesine katkıda bulunan ve genç girişimcileri destekleyen bir banka. Bu amaçla, 10 yıldan fazla süredir, KOBİ'leri destekliyor, ülke ve dünya ekonomisindeki gelişmeler hakkında, düzenli olarak bilgilendiriyor. Verimli, şeffaf ve sürdürülebilir bir yapıya ulaşmaları için yönlendirmede bulunuyor.

Girişimci El Kitabı da bu anlamda Garanti Bankası'nın sunduğu ve girişimcilerin ihtiyaç duyacakları birçok bilginin paylaşıldığı bir kitap. Garanti Bankası KOBİ Bankacılığı Pazarlama Koordinatörü Esra Kıvrak, bu kitapla yeni işletme sahiplerine, başlarken, büyürken ve olgunlaşırken yani başarı hikayelerini yazarken ihtiyaç duyabilecekleri tüm bilgileri kolay bir anlatımla sunmayı amaçladıklarını söylüyor.

Kitapta satış performansının yönetiminden finansmana, tedarik yönetiminden insan kaynağı gelişimine kadar işletmelere pratik bilgiler sunan bölümler yer alıyor.

Kıvrak, Girişimci El Kitabı ile ilgili olarak sorularımıza şöyle yanıtladı:

KOBİ Girişim: Öncelikle girişimci el kitabıyla ilgili bilgi verir misiniz?

Esra Kıvrak: Türkiye, genç nüfusuyla, girişimcilik alanında büyük bir potansiyele sahip. Yıllardır gençlerle kurduğumuz yakın iletişim sonucunda edindiğimiz deneyim, bize mevcut ve potansiyel girişimcilerin, ne kadar büyük bir şevke sahip olduğunu gösterdi. Ancak girişimciler,

bu şevki, somut ve başarılı projelere dönüştürmek için desteğe ihtiyaç duyuyor. Yeni fikirler hayata geçirilirken karşılaşılan bilgi eksikliği, uzun vadede kurumsallaşma sürecindeki yetersizlikler ve nakit yönetimindeki zaafılar, girişimciliğin sürdürülebilirliğinde en büyük engelleri oluşturuyor. Dolayısıyla, yeni girişimlerin kurumsal ve finansal açıdan güçlendirilmesinde, sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmasında hepimize büyük sorumluluklar düşüyor. Garanti Bankası olarak biz de bu sorumluluğumuz bilinciyle girişimcilere yönelik birçok ürün ve hizmet geliştiriyor, ihtiyaç duyacakları birçok konuda destek sağlıyoruz. Girişimci El Kitabı da girişimcilere yönelik bilgi paylaşımımızın önemli bir parçasını oluşturuyor.

Kitapla girişimciliğe yönelik neleri hedefliyorsunuz?

Bu kitapla yeni işletme sahiplerine, başlarken, büyürken ve olgunlaşırken yani başarı hikayelerini yazarken ihtiyaç duyabilecekleri tüm bilgileri kolay bir anlatımla sunmayı amaçlıyoruz. Örneğin; fikri olan ancak bir yol haritasına ihtiyaç duyan girişimcilerimiz, işlerini nasıl planlamaları gerektiğinden pazarlama stratejileri, rekabet çalışmaları, reklam ve tanıtım faaliyetleri, hukuki sorumluluklar ve iş ortaklarını nasıl seçmeleri gerektiğine kadar ipuçlarını Girişimci El Kitabı'nda bulabilecek.

Kitabın içeriğinde bahseder misiniz?

Sadece ilk adım aşamasında değil, işler iler-

ledikçe işletmelerin öncelikle kendi iç yapısını ve organizasyonunu şekillendirmesi gerektiğini, doğru planlamalarla hedeflerine ulaşmaları gerektiğini biliyoruz. Bu nedenle satış performansının yönetiminden finansmana, tedarik yönetiminden insan kaynağı gelişimine kadar işletmelere pratik bilgiler sunan bölümlerle de desteğimizi sürdürüyoruz. Olgunlaşma sürecinde de süreklilik ve marka olma gibi tamamlayıcı konularda bilgiler veren el kitabımızın, girişimcilerimiz için yol haritalarını şekillendirmede rehber niteliği taşıdığına inanıyoruz.

Kitaba ne şekilde erişilebiliyor?

İlgilenen girişimciler, Girişimci El Kitabı'na garanti.com.tr/kobi adresi üzerinden önkoşulsuz ve ücretsiz olarak erişebilirler. Ayrıca İşimi Kuruyorum Destek Paketi'nin bir parçası olan Girişimci El Kitabını, paketten kredi kullanan müşterilerimize hediye ediyoruz.

Kitapta girişimcilere neler tavsiye ediliyor?

Girişimci el kitabında girişimcilere, vizyonlarını ortaya koydukları andan ön araştırma aşamasına, iş planı hazırlama aşamasından pazarlama stratejisi oluşturulmasına; finansal fizibilite ve girişim maliyeti hesaplarından iş ortağı seçimine kadar pek çok öneri var. Ayrıca çalışan seçiminden satış, tedarik ve insan kaynağı yönetimine, performans takibinden verimlilik analizlerine kadar iş fikirlerini hayata geçirirken ihtiyaç duyacakları her alanda tavsiyelerde bulunuyor.

ESRA KIVRAK



“Stratejik planlama yapmama büyük hata”

Garanti Bankası KOBİ Bankacılığı Pazarlama Koordinatörü Esra Kıvrak, Türkiye’de girişimcilerin özellikle yeni fikirleri hayata geçirme noktasındaki bilgi eksikliklerinin sıkıntı yarattığını söylüyor. Kıvrak, girişimcilerin uzun vadede kurumsallaşma sürecindeki yetersizlikler ve nakit yönetimindeki zaafılar nedeniyle girişimlerinin sürdürülebilirliği sağlamak konusunda zorluk çektiğini söylüyor. Kıvrak, “Çoğu zaman girişimcilerin, iş fikirlerinin uygulanabilir olup olmadığına dikkat etmeden, projelerinin müşteri ile nasıl temas edeceğini hesap etmeden, stratejik planlama ve hedefleri olmaksızın yola koyulduklarına tanık oluyoruz” diyor. Kıvrak, ürün, pazar ve rekabet analizlerine gereken önemi vermemek, hukuki ve mali konuları önemsememenin de girişimcilerin düştüğü en büyük hataların başında geldiğini sözlerine ekliyor.



Rakiplerinizi online video ile geçin

"Şirketimi yeteri kadar tanıtamıyorum" diye düşünüyorsanız, size bir önerimiz var. Yurt dışında KOBİ'lerin sıklıkla kullandığı online videolar, Muvidu ile Türkiye'de de yaygınlaşmaya başlıyor. Bin 250 liraya çektirebileceğiniz profesyonel reklam filmleriyle, arama motorlarında bulunabilirliğinizi 53 kat arttırıp, yeni müşteriler kazanabilirsiniz.



Günümüzün yoğun rekabet ortamında, farklılaşmak belki de başarının en önemli anahtarı. Muvidu'nun kuruluş amacı, KOBİ'lere işte bu fırsatı sağlamak. Yurt dışında KOBİ'lerin sıklıkla kullandığı online videoları, Muvidu ile Türkiye'de de yaygınlaştırmaya başlıyor.

Küçük ve orta ölçekli şirketler için düşük bütçelere online video'lar hazırlayan Muvidu, KOBİ'lerin hem internette kolay bulunmasını sağlıyor hem de kendilerini ilk kez görececek potansiyel müşterilere ulaştırıyor.

Muvidu'nun iki kurucusu Cem Çalıştiran ve Oykun Asyaloğlu ile yurtdışında oldukça yaygın olarak kullanılan KOBİ video'larını konuştuk.

Niçin video?

Günümüzün en önemli gerçektirlerinden biri internette okuma oranların giderek düşüyor oluşu. Buna karşılık video seyretme oranları da hızla artıyor. Yapılan araştırmalara göre, arama motorlarında videolar aranan kişiyi ya da şirketi 53 kat daha bulunabilir yapıyor. Daha da önemlisi ön sıralarda görünmenizi sağlıyor. Yani videosu olan şirket aslında hiçbir şey yapmadan rakiplerinin önüne geçmiş oluyor.

Diğer taraftan dünyanın önde gelen araştırma şirketlerinden biri olan Comscore'un verilerine göre, internette alışveriş yapan müşterilerin yüzde 46'sı online videosu olan şirketleri tercih ediyor.

Tabii burada bir nokta öne çıkıyor. İnternet videosu nasıl hazırlanacak? Malum, reklam videolarını profesyonel ekipler ile üretmek çok maliyetli. Videonuzu cep telefonları ile çekseniz bile sosyal ağlarda doğru yöntemlerle dağıtıp izletmek pek de kolay değil. İşte bu noktada Muvidu devreye giriyor. Üstelik bin 250 lira gibi oldukça düşük bir bedelle KOBİ'lere bu hizmeti veriyor.

Online video nedir?

Günümüzde dijital dünyanın tanıtım gücü yadsınmaz. Dünyanın dev şirketleri dahil, artık hemen herkes dijital dünyayı önemli bir reklam mecrası olarak kullanıyor. Online Video'yu kısaca internette izlenen reklam filmi olarak

Üç farklı paket var

Muvidu'nun üç farklı paketi var. Bin 250 liradan fiyatlanan küçük paket, 30-90 saniyelik film ve bunun sosyal mecralarda dağıtımını içeriyor. 2000 liralık orta paket ise, alt yazı seçeneğini ve 3 ay ekstra raporlamayı kapsıyor. 3 bin 199 liralık en geniş paket ise, orta pakete ek olarak, ön görüşme, prodüktör hizmeti, 30 saniyelik TV versiyonu ve iki lokasyonda çekim hizmetini içeriyor.



tanımlayabiliriz. Böyle bir videoya sahip olduğunuzda, başta Facebook sayfanız olmak üzere sosyal mecranın her alanında reklam amaçlı kullanabiliyorsunuz. Ayrıca şirketinizin internet sitesinde, kendinizi görsel olarak tanıtmaya imkanınız da oluyor.

Tabii internetteki yayınların en önemli farkı, istenildiği zaman kapatılabilir olması. Zaten istatistikler de bunu doğruluyor. Dünyanın önemli araştırma şirketlerinden biri olan Visible Measures'in yaptığı bir araştırmaya göre, online video izleyicileri beğenmedikleri bir videoyu 10 saniye içerisinde kapatıyor. Önemli bir konu da, internet video'larının uzunluğu. Videoların 60 saniyeyi geçmemesi çok önemli. Zira, internet dünyasında kimse bir videoya dakikalarca zaman ayırmıyor.

48 saatte hazır

Peki, Muvidu'da süreç nasıl işliyor? Başvurunuzu yaptıktan sonra, Muvidu profesyonelleri sizi arıyor ve en uygun çekim günü belirleniyor. Hemen ardından iş yerinize gelip, 2 ila 4 saat arasında çekim gerçekleştiriliyor. Çekim gününde gelen yönetmen, sizin seçtiğiniz müşteriler ya da çalışanlarınız ile çekimi gerçekleştiriyor. Çekim tamamlandıktan sonra, montaj çalışmaları başlıyor. 48 saat içinde grafiklerin ve müziğin de eklenmesiyle videonuz hazır hale getiriliyor. Montajın ardından reklam filminizin kontrol etmeniz için size gönderiliyor. Varsa istediğiniz değişiklikler yapılıyor. Onayınızdan sonra videonuz dijital olarak size teslim ediliyor. Tabii, çekilen video dijital dünyanın sosyal ağlarında da konumlandırılıyor. Böylece Google, Yandex gibi ara arama motorlarında, Facebook, Twitter gibi sosyal medya sitelerinde, Youtube, Vimeo, Dailymotion gibi video paylaşım portallarında ve işletmeler için faaliyet gösterdikleri alanlarda önemli olan Mynet, Feşmekan, web.tv, vidivodo gibi yerel networklerde de yer almış oluyor.

Bilinirlik artıyor

KOBİ'lerin kendilerini anlatmada ve yeni müşterilere ulaşmakta büyük zorluk yaşadığını söyleyen Cem Çalıştiran, online videolar ile bu sorunu büyük ölçüde ortadan kaldırdıklarını söylüyor. Çalıştiran'ın KOBİ'lere tavsiyesi ise reklam filminde şirket sahibinin oynaması yönünde. Zira şirket sahibinin kendi ağzından yaptığı açıklamalar çok daha samimi bulunuyor ve etkili oluyor, duygusal bir bağ kuruyor.

Oykun Asyaloğlu ise işletmeler için hazırladıkları videoları, fuarlardan, kapalı devre televizyon sistemlerine, hatta yerel ya da ulusal kanallar da bile yayınlanabilecek ses ve görüntü kalitesinde hazırlandığını söylüyor. Bir hizmetle ilgili video izleyen kullanıcıların yüzde 21'inin sipariş verdiğini söyleyen Asyaloğlu, "Her gün 1 kişi bile videonuzu izlese ayda 30 kişi eder. Evet, belki fazla değil. Fakat, ofisinizden çıkmadan, randevu vermeden verdiğiniz hizmeti 30 potansiyel müşteriye anlattığınızı düşünürseniz, gayet iyi rakam" yorumunda bulunuyor.



BARF, 4 ilde bayi arıyor!

Özel testler sonucunda geliştirilerek üretilen ve biyolojik olarak uygun çiğ besin anlamına gelen BARF, 2012 Haziran'ında AZZ Makine Gıda öncülüğünde Türkiye pazarına girdi. 2013 yılında 2 milyon TL ciro hedefleyen şirket, kısa vadede İstanbul için 125 satış noktası, Ankara, Bursa, İzmir, Antalya için ana bayilikler oluşturmayı planlıyor.



Evcil hayvan pazarına dönük inovatif ürünler, doğan ihtiyaçların artış oranı ile birlikte daha fazla gündelik yaşama giriyor. Doğal ve çiğ beslenme segmentinin pet hayvanlarına yönelik mama pazarının yüzde 32'lik kısmını kaplamasıyla, bu segmentte yeni ürünlerde raflarda yer almaya başladı. Bu konseptte hayvanlar için biyolojik olarak yeterli çiğ besin anlamına gelen BARF, 20 yıllık geçmişinin ardından 2012 yılının Haziran ayından itibaren Türkiye pazarına girdi. Eğitimini ABD'de, California Technical University makine mühendisliği bölümünü tamamladıktan sonra Türkiye'ye gelerek burada üretim ve planlama müdürlüğü yapan Can Aktuna, ortağı Aytekin Zorlu ile AZZ Makine Gıda'yı kurarak BARF'i Türkiye'ye getirdiler.

Girişimciler, bu ürün için 2.5 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirdi. Kısa vadede İstanbul için 125 satış noktası, Ankara, Bursa, İzmir, Antalya için de ana bayilikler oluşturmayı hedefleyen şirket, Rusya ve Yunanistan'a ihracat için çalışmalarında ise sona yaklaşmış durumda. AZZ Makine Gıda'nın 2013 yılında ciro hedefi ise 2 milyon TL.

Hayvanlar için en uygun sistem

BARF, aslında biyolojik olarak yeterli çiğ besin anlamına gelen Biologically Appropriate Raw Food'un kısaltılmışı. İnsan yaşantısının hızlandığı, hazır tüketimin arttığı son 100 yılda, evcil hayvanların besleme yöntemini kolaylaştırmak amacıyla hazır mama üretimi ve kullanımını ter-

cih edilmeye başlandığını söyleyen AZZ Makine Gıda Kurucusu Can Aktuna, yine de hazır mama üretimlerinde evcil hayvanların günlük besinsel ihtiyaçları göz ardı edildiğini söylüyor. "Günümüzde pet sektörünün bilimsel ve eldeki verilerin yeterliliği doğrultusunda üst seviyeye gelmesiyle evcil hayvanlarda görünen sağlık sorunlarının kronikleşmesinin yüzde 80 oranında adaptasyon ve beslenme kaynaklı olduğu kanıtlandı. BARF bu felsefe doğrultusunda gelişmiş bir beslenme sistemi" diyen Aktuna, doğadaki besin zincirine en uygun ve en yakın besin içerikleri ile hazırlanan bu sistemin ABD'de yaklaşık 20 yıldır uygulandığını belirtiyor.

2012 verileriyle doğal ve çiğ beslenme, pazarın yüzde 32'lik kısmını kaplıyor. Bu da yakla-

şık aylık 42 bin ton çiğ mama tüketimine denk geliyor.

Kendi köpeklerinde denediler

“Üç yıl önce bir Alman çoban köpeği aldık. Büyük heveslerle eve geldiğinde bilinen tüm mamları denememize rağmen yediremedik. Bir kaç gün sonra kilo kaybı ile sağlığından endişe etmeye başladık. Nasıl besleyebileceğimize dair araştırmalara başladık” diyen Aktuna, sonuçta köpeğin doğasına en iyi ve en uygun beslenme yönteminin çiğ beslenme olduğunu öğrendiklerini belirtiyor. İlk önce kendi evlerinde bu mamayı hazırlamaya başlayan Aktuna, yeme sıkıntısının ortadan kalkmasıyla birlikte, hem tüy hem de enerji olarak çok kısa sürede inanılmaz olumlu değişiklikler görmeye başladıklarını di- le getiriyor.

“Bunu elbette ki ezbere yapmadık. Düzenli aralıklarla yaptığımız testler sonucunda da bu olumlu değişiklikleri saptadık. Köpeğimiz 1 yaşına geldiğinde Türkiye’ye bu mamayı hazırlamaya karar verdik. 6 aylık bir fizibilite, Veterinerlik fakülteleri konsültasyonu ve 10 aylık bir Ar-Ge sürecinin ardından Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan üretim iznimizi aldık” diyen Aktuna, 2012 Haziran ayından beri Türkiye pazarında yer aldıklarını kaydediyor.

2.5 milyon dolarlık yatırım

Kısa süre içinde bilinçli tüketicilerin tek tercihi olan BARF’in, yenilikçi ve farklı bir ürün olması ilk etapta ürünün herkese ulaşmasını zorlaştırıyor. Ancak veteriner hekimlerimizin önerileri ve şirketin Türkiye’nin en önemli çiftliklerinin hayvanlarını besliyor olması BARF’in beğenisini artırıyor. Bu arada A2Z Makine ve Gıda, BARF için 2.5 milyon dolar yatırımla üretime başlamış durumda. Bu rakamın çoğunluğunun Ar-Ge için harcanan bedel olması ise ürün hakkında ne kadar detaylı araştırma ve çalışmalar yapıldığının bir göstergesi. “2012 son yarısında satışa başlayan BARF, birçok veteriner kliniği ve petshop’un dışında önemli çiftliklerle de çalışarak ilk hedefini yerine getirdi. Kısa vadede İstanbul için 125 satış noktası, Ankara, Bursa, İzmir, Antalya için ana bayilikler oluşturulması hedefleniyor” diyen Aktuna, yurt dışı ayağına da dikkat çekiyor. Rusya ve Yunanistan’a ihracat için çalışmalarında sona yaklaşan şirket, gerçek anlamda ilk satış yılı olan 2013 yılında, yurt içi ci-



ro hedeflerini 2 milyon TL olarak belirliyor.

Pazar 200 milyon dolara çıkacak

Pet sektörünün yerli üretim açısından zayıf olduğu bilinen bir gerçek. Türkiye’de satışa sunulan pet ürünlerinin yüzde 95’i ithal ürünlerden oluşuyor. Hem nakdin yurt dışına gitmesi hem de müdahale edilemeyen fiyat yükseklikleri sektörün en büyük handikabı. Bu açıdan yerli üretimin bilinçli, istekli ve idealist yatırımcılarla daha kaliteli ve çeşitlendirebilir olacağını savunan Can Aktuna, pet sektörünün geçtiğimiz beş yıl içerisinde her yıl ortalama yüzde 15 büyümeye gösterdiğini belirtiyor.

Tabi bu arada her geçen gün ithalatçı firma sayısı da artıyor. “İstanbul, en büyük pazar payına sahip ve aylık 8 bin ton civarında mama tüketiliyor. Bunun yüzde 8’lik kısmını kaliteli üst segment mamalar oluşturuyor. Global olarak baktığımızda 2012 yılında sektör 70 milyar dolarlık bir hacim yaratırken, Türkiye’de bu rakam 178 milyon dolarda” diyen Aktuna, büyümeye aynı şekilde devam ederse 2013 yılında Türkiye’de sektörün 200 milyon doları geçeceğine dikkat çekiyor.

Yeni ürünler gelmeye devam edecek

“The Healthy Way” sistemi gereği pet sektörüne zararlı hiç bir madde içermeyen, doğal ve bulanabilecek en sağlıklı ürün ideolojisinde her türlü ürünü üretecek ve pazara sunacaklarını anlatan Can Aktuna sözlerine şöyle devam ediyor: “2013 yaz başında yine Türkiye’de çığır açacak ve herkesi şaşırtacak yeni bir ürünümüz daha pazarda olacak. A2Z Makine Gıda, Türkiye’de yine ilklere imza atarken, pet sektöründe yenilikçi ve sağlıklı ürünleriyle her zaman ürün gamımızı genişleteceğiz.” Şirketin asıl hedef ise bir Türk markası olarak Avrupa’da adlarını duyurmak. A2Z Makine Gıda, bunun içinde çok yakın bir gelecekte Avrupa’da yeni bir fabrika açmayı planlıyor.

GİRİŞİM

Fatoş Bozkuş / fbozkus@ekonomist.com.tr

HIGHFIVE
SPORTS & ENTERTAINMENT

Bulamadığınız biletler Highfive'dan

Özgün Özdede, henüz 20'lerinde genç bir girişimci. 2011 yılında kurduğu Highfive isimli şirketle dünyada biletleri bulunamayan ya da zor bulunan organizasyonlara bilet sağlıyor. Bu yıla kadar genellikle bankalar, turizm şirketleri ve conciage hizmeti veren şirketler için bilet temini yaptıklarını anlatan Özdede, internet sitesi kurarak bireysel talepleri de karşılamaya başlamış.

Şampiyonlar Ligi'nin final maçını locada izlemek ya da Oscar törenine gidip Hollywood yıldızlarıyla birlikte kırmızı halıda yürümek isteyenlerin parası olsa da bu olanağa sahip olması çok kolay değildir.

Bazen bilet bulamazsınız, bazen doğru insanlara ulaşamazsınız. İşte bu engeli ortadan kaldırmak üzerine bir iş fikri geliştiren genç bir girişimci Özgün Özdede. Kurduğu Highfive isimli şirket dünyadaki biletleri bulunamayan ya da zor bulunan organizasyonlara bilet temini yapıyor. 2011 yılında kurulan şirketin müşterilerinin yüzde 70'i yabancılar. Özellikle Ortadoğu ülkelerinden çok talep aldığını söyleyen Özdede, bu yıl içinde Dubai'ye bir ofis açmayı düşünüyor.

Amerika'da öğrendi

Özgün Özdede henüz 20'li yaşlarında. Genç yaşına rağmen çalışma hayatının hep içinde ol-

muş. 17 yaşındayken basketbol dergisinde yazarlık yapan Özdede, NBA TV'nin ilk basketbol spikerliğini de yapmış. Sabancı Üniversitesi'nde işletme okurken Maçkolik.net için tahminkolik.com fikrini geliştiren Özdede, okul bitince Amerika'ya gitmeyi tercih etmiş. Orada spor yöneticiliği konusunda master yapmış. Yüksek lisansı sırasında da çalışmış. Şu anda Türkiye'de yaptığı işi New York'ta yapan bir şirkette çalışan Özdede, 1 yıl 10 ay burada kaldıktan sonra Türkiye'ye gelmeye karar vermiş.

2011 Mart ayında ise kendi şirketi Highfive'i kurmuş. Yaptığı iş, yurt dışında bulunması zor, bulunamayan, etkinliğe, bilet, VIP, loca bulmak.

Bugün Barcelona-Real Madrid maçına gitmek istendiğinde başvurulacak şirket olmadığını, bireysel olarak da biletlere ulaşmanın zor olduğunu anlatan Özdede, "Zaten biletlere eğer ulaşabiliyorsa biz müşterilerimize 'buradan alabiliyorsunuz' diyoruz. Bizimle bireysel müşteriler bağlantıya geçmiyor zaten. Biz turizm şirketlerine, conciage şirketlerine, bankalara hizmet veriyoruz. Daha çok B2B çalışıyoruz" diye konuşuyor.

En pahalı bilet

Konser ve festivallerden ziyade spor aktivitelerine daha çok talep geldiğini söyleyen Özdede, bir ay önce internet sitesi kurduklarını ve bireysel taleplere de artık cevap verdiklerini anlatıyor. 2012'de cirolarının 1.5 milyon TL olarak gerçekleştiğinin altını çizen Özdede, sistemlerinde 40- 5 bin Euro'ya kadar bilet olduğunu da vurguluyor.

Türkiye'de en pahalı sattıkları biletin 5 bin Euro olduğunu belirten Özdede, Justin Bieber'ı en önde izlemek için bu rakamın verildiğini söylüyor. Şampiyonlar Ligi'ne VIP bilet sattıklarını onun da 3 bin 500- 4bin Euro arasında değiştiği bilgisini iletiyor.

ÖZGÜN ÖZDEDE**Oscar'a katılım ne kadar?**

Şu anda şirkette 5 kişi çalışıyor. Yakın zamanda internet sitesi kurduklarını ve buradan da talepleri almaya başladıklarına değinen Özdede, bu şekilde artık B2C'ye de geçtiklerini söylüyor. Satılan biletlerin en pahalısının Oscar töreni olduğunu söyleyen Özgün Özdede, Türkiye'den sadece Oscar partisine katılım olduğunu anlatıyor. Oscar'a katılım 45 bin dolar, partisine katılımın ise 2 bin - 10 bin dolar arasında değiştiğini söyleyen Özdede, henüz bu konuda bir satış yapılmadığının altını çiziyor.



Bigupman, tarzına sahip çıkanları hedefliyor

Dinlenen müziğin tarzına göre her türlü ürünü bir araya getiren Bigupman.com'u Anadolu kentleri daha çok sevdi. "Müzik kişinin aynasıdır" diyerek geçen eylül ayında siteyi kuran Gencer Arabacı, en çok siparişi Antalya, Trabzon, Çanakkale ve Kayseri'den aldıklarını söylüyor.

"Müzik kişinin aynasıdır" diyen Gencer Arabacı'nın kurduğu Bigupman.com, müzik tarzına göre bütün ürünleri tek sayfada bir araya getiriyor. Geçtiğimiz eylül ayında faaliyete geçen sitenin kurucusu Gencer Arabacı, Türkiye'de müzik ve giyim tarzını bir arada sunan seçeneklerin çok az olduğunu fark etmesiyle bu işe girmiş.

Kısa zamanda çok sayıda sipariş almayı başardıklarını söyleyen Arabacı, siparişlerin yüzde 60'ının Anadolu'dan geldiğini kaydediyor. Antalya,

Trabzon, Çanakkale ve Kayseri'nin ise en fazla sipariş veren şehirler olduğunu belirten Arabacı, "Hiçbir yatırım almadan 5 aylık gibi bir süreç içerisinde çok sayıda kullanıcıya online olarak ulaştık ve ilk mobil mağazamızı geçtiğimiz ay Taksim'de açtık. Bunun gibi alışveriş noktaları da yavaş yavaş belli bölgelerde açılmaya devam edecek" diyor.

Hedef müziğin tadını çıkaranlar

"Bu tür girişimlerin sınırlı sayıda olması, bundan muzdarip kişiler olarak bizi, Bigupman.com'u kurmaya yönlendirdi" diyen Arabacı Bigupman'ın Karayip kültüründe 'eğlen, müziğin tadını çıkar, zıpla' anlamlarına karşılık geldiğini ifade ediyor.

Türkiye'de genellikle ya bir rock grubunun tişörtünü veya sevilen bir şarkının sözlerinin tasarımından oluşan bir giysi bulmanın zor olmadığını ifade eden Arabacı, fakat ne istediğini bilen kullanıcıların müziğin yanı sıra bir öğreti, spor ve hobiyi konu alan ürünleri bulmakta zorlandığını belirtiyor. Bu nedenle "Müzik kişinin aynasıdır" sloganıyla yola çıktıklarını dile getiren Arabacı, farklı yaşam tarzları için en uygun ürün-

leri kullanıcıları sunmayı amaçladıklarını anlatıyor. Sitede reggae, ska, dub, jazz, smooth, chill, funk, soul, metal, rock ve hip hop şeklinde uzayan listeden değişik tarzlara uygun ürünleri sunduklarını belirten Arabacı, "Kullanıcılar sevdikleri ve ilgilendikleri müzik tarzını seçtiğinde karşlarına o

tarzın ürünleri çıkıyor. Bigupman kendi ürünlerini üreten bir marka olmakla birlikte aynı zamanda birçok markanın ürünlerini sergileyebileceği bir proje. Kısa zamanda da ciddi bir takipçi sayısına ulaştı" diye konuşuyor.

"Tarz dayatmıyoruz"

Bigupman.com'un ekibinin Operasyon Menajeri Umut Toptaş, Finans ve Raporlama Uzmanı Nazlıhan Yıldırım ile Sosyal Medya Uzmanı Aslı Çetinkaya'dan oluştuğunu kaydeden Arabacı, sitenin kullanıcılarına bir giyim tarzını da dayatmadığını söylüyor. Aksine insanların alternatif kültürlerle ve kendi tarzlarına uygun ürünleri bulabilecekleri bir adres olduklarını aktaran Arabacı şöyle devam ediyor: "Sitemizde aksesuar ve dekorasyon ürünlerinin yanı sıra el yapımı çok özel ürünler de yer alıyor. Zeynep Onaran, Huriye Teyze ve Gecko Design'ın kendi ürettikleri farklı tasarımları kullanıcıların beğenisine sunuluyor. Yani el emeğine güvenen kullanıcılara ücretsiz online dükkan açmaz hizmeti sağlıyor. Türkiye'de yaratıcı tasarım ürünlerini olanların bunları satabileceği platform sayısı da çok az. Kendi tasarımlarımızı sunmanın yanı sıra, alternatif ve yaratıcı tasarımları olanlara seslenerek, onların ürünlerini satabileceği bir platform olmayı da istiyoruz."



UMUT TOPTAŞ - NAZLIHAN YILDIRIM - ASLI ÇETİNKAYA - GENCER ARABACI

En niş ürünler Nishane'de satılır

Mert Güzel ve Murat Katran, yurt dışı seyahatlerinden edindikleri deneyimleri bakış açılarıyla birleştirerek NISHANE markasını yarattılar. Çikolatadan lokuma, deri, keçe ve kadife defterlerden iPad kaplarına, dekoratif yastıklardan kolonya ve sabuna kadar pek çok ince el işçiliği ile tasarlanmış ürünlerin bulunduğu NISHANE'nin hedefi yurt dışına açılmak.

İstanbul, Avrupa'nın en çok ziyaret edilen 3'üncü şehri. Bu da turistik anlamda büyük bir potansiyel ve pazar anlamına geliyor. İstanbul'un tarihi dokusunu yansıtan koleksiyonlar ve objeler, turistlerin en fazla ilgi gösterdikleri alanlar. Ancak bu alanda kaliteli ve belli bir konsept üzerine oluşturulmuş markalara da ihtiyaç söz konusu olduğu bir gerçek. NISHANE, bu ihtiyaçtan yola çıkarılmış tam anlamıyla tasarım konsept bir mağaza. Markanın kurucuları ise yurt dışında edindikleri deneyimlerle bu ihtiyacı tespit etmişler ve ince el işçiliği tasarladıkları ürünleri Nişantaşı mağazalarıyla sunmaya başlamışlar. Mağazada markanın adından anlaşılacağı niş ürünler bulunuyor. Markanın kuruluş öyküsü ise kısaca şöyle:



MERT GÜZEL - MURAT KATRAN

Murat Katran 36 yaşında bir girişimci. Profesyonel oyunculuk yaparken, bir yandan da Boğaziçi Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nden mezun olmuş. Tiyatro ve mezun olduğu bölümlerle ilgili bir kariyer arasında karar vermesi gerekmiş, dünyayı gezip görme isteği O'nu uluslararası ticarete yöneltmiş. Türkiye'nin en büyük demir çelik üreticilerinden sırasıyla İÇDAŞ ve İzmir Demir Çelik'in dış ticaret departmanlarında çalışmış. 2008 yılında ise demir çelik üzerine kendi dış ticaret firmasını kurmuş.

Değerin nişanesi

Diğer ortak Mert Güzel ise 1985 doğumlu. Galatasaray Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun olduktan sonra, küçük yaşlardan beri ilgi duyduğu gezme ve yeme merakını yiyecek-çecek işletmeciliği ve pastacılık eğitimleri ile profesyonel hayata taşımış. Sahibi olduğu Exclusive Selection Hotels markası ile yayınladığı kitapları sayesinde birçok lüks otel ile çalışma fırsatı yakalamış.

NISHANE'nin iki kurucu ortağı yıllarca çeşitli yurt dışı seyahatleri gerçekleştirdikten ve bu seyahatler sırasında lüks segmentte yer alan birçok markayı yakından gözleme fırsatı bulduktan sonra "İstanbul'da bu alanda neler yapabiliriz?" diye düşünmeye başladılar. İstanbul'un sanatı ile harmanlanmış, lüks tasarım ürünleri ile insanların kendilerine ve sevdiklerine verdikleri değerlerin nişanesi olmasını amaçladıkları bir marka yaratmaya karar verirler. Bu alanda İstanbul'da ciddi bir eksiklik ve ihtiyaç olduğunu görürler. Böylece Nişantaşı mağazasını açarlar.

Galeri-mağaza konsepti

Katran, "İstanbul'un köklü geleneğini ve de aslında önemli bir Avrupa metropolü olduğu gerçeğinin getirdiği geleceğe dönük modern yüzünü yansıtan bir marka olarak Nişantaşı mağazamızdaki konseptimizde gelen misafirlerimize tasavvur ettiğimiz İstanbul'u yansıtacak bir konsept yaratmaya çalıştık" diyor.

New York'ta son dönemde iyice popüler olan sanat galerisi-mağaza konseptinin de Türkiye'deki öncülerinden olmayı hedeflediklerini belirten Katran, "Galerimizin ilk sanatçısı değerli ressamımız Muhsin Kut. Usta ve genç sanatçılarımızın eserlerini NISHANE'de çeşitli aralıklarla sergilemeye devam edeceğiz" şeklinde konuşuyor.



Otizm Vakfı ile sosyal sorumluluk projesi

İki girişimci de sanata olan duyarlılıklarını önemli bir sosyal sorumluluk etkinliğiyle pekiştirmek istemiş. İlk projelerini ise Tohum Otizm Vakfı ile gerçekleştirmişler. Mert Güzel bu sosyal sorumluluk projesi hakkında, "Proje kapsamında, büyük özenle hazırladığımız birbirinden özel tüm sıvama kutularımızla yaptığımız şekerleme ya da çikolata satışlarından elde ettiğimiz gelirin bir kısmını vakfa bağlıyoruz. Yeni projeler geliştirme yönünde de görüşmelerimiz sürüyor" diyor.



Geleneksel Türk elışı

Mağazada çikolatadan lokuma, deri, keçe ve kadife defterlerden iPad kaplarına, dekoratif yas-tıklardan kolonya ve sabuna, gümüş aksesuarlardan esanslı bitkisel içerikli mumlara, fincan setlerinden geleneksel Türk elişinin parçalarından oluşmuş bir koleksiyon bulunuyor.

Geçmiş seyahatlerinde geliştirdikleri gusto ve eleştirel bakış açılarının lüks ürünler tasarlamak için geniş bir bakış açısı sağladığını ifade eden Güzel, şöyle devam ediyor:

"Öncelikle dikkat ettiğimiz konu tüm ürünlerimizin en iyi malzemeler kullanılarak usta eller tarafından üretilmesi. Örneğin, tüm deri ürünlerimiz gerçek deriden üretiliyor. Defterlerimizin sunumunda kullandığımız keselerin yapımında bile en özel kadifenin kullanılmasına dikkat ediyoruz. Mumlarımızın hammaddesi Almanya'dan geliyor ve tamamen bitkisel içerikli. Fincanlarımız tamamen el yapımı ve el boyaması. Elisherimiz kişiye özel bir tane yapılıyor. Yiyecek grubumuz özenle hazırlanıyor, çikolatalarımızın kuvertürleri bile Belçika'dan geliyor."

Yurt dışına açılacak

Mert Güzel, ilk yıl için ciro hedeflerinin 500 bin TL ile 1 milyon TL arasında olduğunu söylüyor. Hızlı bir şekilde mağazalaşmayı hedeflediklerini söyleyen Katran ise ilk etapta Bebek'te ve Bağdat Caddesi civarında şube açmayı planladıklarını belirtiyor. Bununla birlikte Kanyon, İstinye Park gibi önemli AVM'lerde ve özellikle uluslararası havaalanlarının duty free mağazalarında da yer almak istediklerini ifade eden Katran, "İstanbul şubelerini Bodrum ve Alaçatı takip edecek. Londra ve Dubai şubeleri için görüşmeler yapmak üzere randevularımızı aldık. Bakü'den ciddi bir teklif aldık. Paris ve New York da hedeflerimiz arasında" diyor.

Franchising'in kendileri için hassas bir konu olduğunu altını çizen Katran, şöyle açıklıyor:

"Tüm ürünlerin tasarım ve sunumlarında ortak bir dil yaratmaya uğraştığımız markamızın yeni şubelerinde de hedef kitesine aynı etkiyi verebilmesi adına kontrolü hep elimizde tutmak istiyoruz. Yine de büyümenin önemli yollarından birinin franchising verme olduğunun farkındayız. Ticari kaygılardan daha çok kurumsal bütünlük kaygılarımızı ortadan kaldırdığını düşündüğümüz kişi ya da kurumlarla franchising hususunda görüşmeye hazırız."

GİRİŞİM



Etohum yatırımcı ağını büyütüyor

Girişimciler ve yatırımcıların vergi muafiyeti desteği nedeniyle merakla beklediği Bireysel Katılım Sermayesi Yönetmeliği, Hazine Müsteşarlığı tarafından yürürlüğe girdi. Bunun ardından, internet girişimcilerini ve yatırımcılarını buluşturan Etohum, 2008'den bu yana yürüttüğü Yatırımcı Kulübü'nü Lisanslı Yatırımcı Ağı'na dönüştürme kararı aldı.

Türkiye'deki internet ekosisteminin yaratılması ve gelişmesi adına girişimciler ile yatırımcılar için pazar yeri oluşturma hedefiyle kurulan Etohum, Hazine Müsteşarlığı'nın hazırladığı yeni yönetmelik çerçevesinde Lisanslı Yatırımcı Ağı'nı hayata geçiriyor.

2008'den bu yana Yatırımcı Kulübü'nü oluşturan 30 yatırımcı ile internet projelerine erken aşama yatırım fonu desteği veren Etohum, yeni yasal düzenlemeyle birlikte, Antalya Rixos Downtown Otel'de gerçekleştirilen Etohum 'Startup Turkey' kampında ilk adımı attı ve Lisanslı Yatırımcı Ağı sıfatıyla yeni bireysel-kurumsal yatırımcıların katılımına açıldı.

Yeni yönetmelik ne diyor?

Lisanslı yatırımcılar, yeni yönetmelik çerçevesinde Hazine Müsteşarlığı'na başvuru yaptıkları takdirde, yıl içinde doğrudan lisans alabilecek. Girişimci şirkete sermaye aktarımı aşamasında devreye giren Maliye Bakanlığı ise, bu



aşamada yatırımcılara vergi muafiyeti şansı tanıyacak. Bu muafiyet, ilgili yıl vergi beyannamesinde dikkate alınacak ve kullanılmayan indirimler, sonraki yıllara da yansıtılabilecek.

Ancak Hazine Müsteşarlığı, bu doğrultuda kurulacak olan yatırımcı ağları ile başlayan süreçte gelecek yıl doğrudan lisanslı kişilerin bireysel olarak yatırım yapmasına izin vermeyecek ve ancak bu ağlar üzerinden başvuruları yatırımcı olarak kabul edecek.

Etik ve standartlar oluşacak

Konuyla ilgili görüşlerini dile getiren Etohum Kurucusu Burak Büyükdemir, oluşturulan yönetmelik ekseninde devlet kontrolünde gerçekleştirilecek bu uygulama ile lisanslı yatırımcı ağlarının düzenli olarak yapılan yatırımlarla ilgili rapor vereceklerini ve yatırımların Hazine Müsteşarlığı'nın çizdiği çerçeve içerisinde kalmasının sağlanacağını söylüyor. Büyükdemir, "Tüm bu süreç boyunca uygulanacak kriterler, sektörde belirli standartların oluşmasını ve etik yaklaşımların yerleşmesini sağlayacak. Hedefimiz, yıl sonunda 100 yatırımcıya ulaşarak çok daha fazla girişimciye destek platformu sağlayabilmek" diyor.

Organizasyon yapısı

Etohum, yeni ekonomi konusunda bilgi ve fikir sahibi, kendi internet şirketini kurmak isteyen girişimcilerle şirketleri, yatırımcıları ve profesyonelleri bir araya getirmeyi amaçlayan bir organizasyon. Başvuru yapanlar arasından seçilecek 15 girişim, Etohum kampına davet ediliyor, her konuda uzman akıl hocaları işlerini başlatırken bu girişimcilere koçluk ve danışmanlık yapıyorlar. Seçilen girişimlere Etohum fonundan yatırım yapılıyor, ofis ve diğer imkânlar sağlanıyor. İnternet konusunda yeni iş fikri olan henüz şirketini kurmamış, iş fikrini gerçekleştirmek için şirketini kurmak üzere olan, internet şirketini/yeni girişimi kurmuş, sermaye, yönetim, pazarlama ve diğer desteğe ihtiyacı olan herkes Etohum'a başvuru yapabiliyor.

Profesyonel deneyimle kendi şirketlerini kurdular



GAYE ÖZCAN - MEHVEÇ DEMİR

Son dönemde profesyonel yöneticilik yaparken kendi işini yapmak üzere görevinden ayrılan ve bu hayalinin peşinden giden kişilerin başarı hikayelerini okuyoruz. 1995'ten bu yana arkadaş olan Gaye Özcan ve Mehveç Demir'de profesyonel hayatta edindikleri tecrübeleriyle insan kaynakları sektöründe bir şirket kurarak deneyimlerini değerlendirmek isteyen eski yöneticilerden.

2006 yılında kurdukları HumanGroup şirketiyle seçme-yerleştirme, eğitim- geliştirme ve ölçme ve değerlendirme alanında hizmet veriyorlar. Bugün gelinen noktada ISO 500 listesinde yer alan şirketlerin 150'den fazlasına hizmet veren şirket geçen yıl farklı atılımlar yaptı. Şirket 2012 yılı içerisinde iki uluslararası işbirliğine imza attı. Önce, dünyanın ilk 10 "üst düzey yönetici seçme ve yerleştirme" ağlarında biri olan IRC Global Executive Search Partners ile iş ortaklığı kararı alındı. Bu ortaklık için atılan imza, IRC'nin faaliyette bulunduğu 38 ülkede, "Uluslararası know-how" Türkiye'de kullanılabilecek ve Türkiye'deki büyük potansiyelin yurt-

Bankacılık sektöründe İK ve eğitim alanlarında çalışırken kendi şirketlerini kurmaya karar veren Gaye Özcan ve Mehveç Demir, 2006 yılında kurdukları Human Group'la bugüne kadar ISO 500 listesinde yer alan şirketlerin 150'den fazlasına hizmet verdi. Şirket özellikle geçen yıl yaptığı iki uluslararası işbirliği ile de dikkati çekti.

dışında değerlendirilmesini sağlayacak en iyi eşleşme" olarak duyuruldu.

IRC'yi, The Drucker Institute ve ona bağlı The Center for Great Management izledi. Haziran 2012'de imzalanan işbirliği anlaşmasıyla, dünyanın dört bir yanında yüzlerce orta ve üst düzey yöneticinin hayatını değiştiren "Drucker Management Path" programının Türkiye'deki tek uygulayıcısı HumanGroup oldu.

Şirket nasıl kuruldu?

Özcan da, Demir de bankacılık kökenli. Gaye Özcan, Interbank'ta bankacılığa başlamış ve bu dönemde İK tarafında yer almaya karar vermiş. Interbank'ın ardından, Denizbank'ın kuruluşunda sorumlu ekipte yer almış.

Mehveç Demir de iş hayatına Interbank'ta adım atmış. İnsan kaynakları tarafında çalışan ve eğitimi deneyimlemek isteyen Demir, Özcan'ın gelmesiyle bankada eğitim alanında çalışmaya başlamış. 1997 Haziran'da kuruluş aşamasında Denizbank'ın eğitim departmanını yapılandırmış. Ve 2006 yılına kadar orada çalışmış.

Üç fonksiyonlu hizmet

2006 yılında Gaye Özcan'dan gelen teklif üzerine birlikte İK yönetimi alanında danışmanlık vermek üzere HumanGroup'u kurmuşlar. Önce ölçme ve değerlendirme hizmeti vermeye başladıklarını söyleyen Özcan, kişilik envanteri, genel yetenek testleri, çalışan tatminine dönük araştırmalar yaparak işe başladıklarını söylüyor. Sonra eğitim ve gelişim kısmı kurgulanmış. Ardından ise seçme ve yerleştirme hizmeti de verilmeye başlanmış. Bugün 12 kişinin çalıştığı şirkette üç ana fonksiyonda hizmet veren Türkiye'deki ender İK danışmanlık şirketlerinden biri oldu Human Group.

Başarıyı ne getirdi?

Eğitim ve gelişim konusunda da kişisel gelişime odaklandıklarını ve konunun uzmanlarıyla çalıştıklarını söyleyen Mehveç Demir, kurumların ihtiyaçlarına yönelik eğitimler planladıklarını da altını çiziyor. Diğer hizmetlerle ilgili ise Demir, "Şirketlerin elinde pek çok özgeçmiş var ama kendisi için hangisi doğru insan bilmiyor. Biz özellikle insan ölçme konusunda çok iddialyız. Pek çok şirkette rol tanımını biz yapıyoruz" diyor.

2006-2012 arasındaki döneminin, şirket için "içeride" büyüme dönemi olduğunu söyleyen Özcan, bu hızlı büyümenin de özellikle üst düzey yönetici eğitimleri ve seçme yerleştirme konularındaki projelerde sağlanan başarılar neticesinde gerçekleştiğinin de altını çiziyor.



Baloncuklu çay satmak ister misiniz?

Tüm dünyada trend haline gelen Bubble Tea, Selekoğlu Gıda'nın 'BonjukTea' markasıyla Türkiye'ye geldi. Baloncuklu çay anlamına gelen BonjukTea için Türkiye genelinde franchising verilecek.

Malezya'da 20 yıldır faaliyet gösteren ve yaklaşık 1.5 milyon dolarlık yatırım yapan Turkuaz Şirketler Grubu, Selekoğlu Gıda bünyesi altında yeni nesil ürünü BonjukTea ile Türkiye'de yeni bir içecek hareketi başlatıyor.



Şirket, Uzakdoğu'da başlayıp tüm dünyada büyük ilgiyle karşılanan BubbleTea'yi Türkiye'deki damak tadına uygun hale getirmiş ve BonjukTea markasını yaratmış. 'Baloncuklu çay' anlamına gelen BubbleTea'nin en önemli özelliği, içerisinde ağızda patlayan ve çiğnenen karamelle kavru lan boncuk şeklinde meyve özütlerinin bulunması. Farklı meyve aromaları içeren BonjukTea, 12 mm'lik pipetlerle içiliyor.

Turkuaz Şirketler Grubu'nun Malezya'da 300'ü aşkın firmaya Bubbletea dağıtımını yaptığını söyleyen BonjukTea CEO'su Velican Çeltik, bu ürünlerin ana distribütörü ve üreticileri olduklarını belirtiyor. Malezya'da ağızda çiğnenen kavrulmuş karamelli bonjukları, Malezya'daki fabrikalarında ürettiklerini ifade eden Çeltik, "Biz de marka olalım" düşüncesiyle Türkiye pazarına girdiklerini kaydediyor.

Değişen kanun formülü de değiştirdi

Firma sahibi Gürcan Selekoğlu'nun 20 yıldır Malezya'da yaşadığını ve artık Türkiye pazarıyla da yakın ilişki kurmak istediğini anlatan Çeltik, "Öncelikle Malezya'da BonjukTea'yi var etmek istedik. Çünkü belirli çalışmaları Türkiye'de yürütürken bildiğimiz bir markete de giriş yapmak istedik. Bizim için faydalı da oldu ve Malezya'da çok başarılı olduk. Şu an için Malezya'daki şirketimizde Arap ülkelerinden çok fazla teklif geliyor" diyor.

Türkiye pazarına girerken Türk Gıda Kodeksi ve Gümrük Kanunları'nın değişmesi ve bununla beraber yaşanan bir takım aksilikler yüzünden ürünü sıfırdan oluşturduklarını belirten Çeltik, bu nedenle Malezya mönüsü ile Türkiye mönüsü arasında oldukça fark olduğu-

na dikkat çekiyor. Demo olarak Ümraniye Meydan AVM'de bir stand açtıklarını ve büyük ilgiyle karşılandıklarını söyleyen Çeltik şöyle devam ediyor:

"Taleplerimiz yoğun. Şu an itibarıyla Dubai, Suudi Arabistan ve Belçika'dan gelen talepleri ve yatırım süreçlerini değerlendiriyoruz. Bunun haricinde Malezya'da marka olarak büyümeye devam ediyoruz. Üretimimizin bir miktarını önümüzdeki 3 yıl içerisinde Türkiye'ye taşımak istiyoruz. Aynı zamanda diyabetik hastaları için formüleşen içeceklerimizi tüketiciyle buluşturmak için çalışmalarımız devam ediyor."

1,5 milyon dolarlık yatırım

BonjukTea'nin 220 çeşit soğuk ve 70 çeşit sıcak içecek çeşidi bulunuyor. Bu içecekler, farklı kombinasyonlarda farklı seçeneklerle sunuluyor. Örneğin, meyvesini belirlediğiniz bir içeceği ister yoğurtlu ister vanilyalı alabiliyorsunuz. İsterseniz bu meyveyi çayla tüketebileceğiniz gibi sütle de talep edebilirsiniz. Markanın smoothie, buzlu ve sıcak olmak üzere üç farklı çeşidi mevcut. Vanilya, yoğurt, karamel, süt, bitkisel çay, kahve ve kakaolu bazlarla kendi içeceklerinizi kendiniz de oluşturabilirsiniz.

BonjukTea için 1,5 milyon dolarlık yatırım yaptıklarını, altyapı çalışmalarının ise iki buçuk yıl sürdüğünü belirten Çeltik, "Lezzeti, tadı ve kokusuyla, içine kattığımız patlayan ve çiğnenen bonjuklarımız ve daha birçok garnitürümüzle hazırlanan bu içeceklerimiz, insanlarda farklı bir tecrübe yaratıyor. İçeceklerimiz için içine kattığımız bu bonjuklar hem tüketici tarafından çok sevildi hem de Türkiye'de bir ilki tatmanın da heyecanını katmış oldu" diyor.



VELİCAN ÇELTİK

Tayvan'da keşfedildi

Çeltik, ürünün tamamen doğal bir içecek olduğunu dikkat çekiyor. Hibiskus (Medine Gülü) çayı, Earl Grey, Yesilçay ve Bergamot aromalı çay çeşitlerinin meyve özleriyle karışımından sağlıklı çaylar elde ediliyor. Bu içecekler arzuya göre, hem sıcak hem de soğuk olarak tüketilebiliyor. Tek kullanımlık, tekli olarak özel paketlenmiş renkli pipetleriyle sunumu yapılan içecek, Tayvan'da 1980'lerde ortaya çıkmış. BubbleTea, temel olarak siyah ve yeşil çayların içine meyve, bal, süt ve şeker ilave edilerek hazırlanan bir içecek türü. BubbleTea'nin içerisinde içerisinde ağızda patlayan ve çiğnenen karamelle kavrulan boncuk şeklinde meyve özleri bulunuyor. Yaklaşık 24 yıllık bir geçmişe sahip bu içecek kültürü, şu an Malezya, Amerika, Kanada, Almanya, Avustralya, Dubai, Singapur, İsviçre, İngiltere, Japonya gibi dünyanın birçok ülkesinde satışa sunuluyor.

Türkiye geneline yayılacak

BonjukTea'nin soğuk ve oda sıcaklığındaki içecekleri 500 ml bardaklarda 6.90 TL'ye servis ediliyor. Sıcak içecekler ise 4.90TL'den satışa sunuluyor. Bonjuk Tea'nin 2013 yılı hedefi 30 nok-

taya ulaşmak. 2013 yılında bayi ve merkez açılışları ile 6 milyon TL ciro hedeflediklerini söyleyen Çeltik, 2014'de ise yüzde 150 artışla 15 milyon TL ciro hedefi belirlediklerini sözlerine ekliyor.

Şu an Türkiye'nin her yerinde franchise vermeyi düşündüklerini kaydeden Çeltik, "Yaz mevsimi itibarıyla ana hedef noktamız Antalya gibi yazlık yerlerde yer alabilmek" diyor.

Kafe shop konsepti için 20 ile 250 m2 arasında bir dükkan, kiosk için minimum 7.5m2'lik bir alan gerekiyor. Cadde üstü yerler, AVM, sahil kentleri ve taşınabilir araçların bu konsept için uygun olduğu ifade ediliyor.

Bir yılda geri dönüş

İsim hakkı bedeli olarak 25 bin dolar + KDV alınıyor. Şube açılış maliyeti ise 50 bin ile 70 bin TL arasında değişiyor. Ortalama şube kurulum

süresi 4 ile 8 hafta sürüyor. Reklam katılım payı olarak ciro üzerinden yüzde 1 alınıyor. Gelirden alınan ortak pay ise yüzde 3. Ortalama kar marjının yüzde 150 ile yüzde 280 arasında değiştiği ifade ediliyor. Yatırımın ortalama geri dönüş süresi ise maksimum bir yıl.

Bonjuktea konsepti, kapsül olarak ifade edilen bir konseptten oluşuyor. AVM'lerin içerisinde yer alan kiosk olarak tabir edilen içecek ya da satış mekanlarının genellikle dikdörtgen şeklinde olduğunu belirten Çeltik, "BonjukTea, bir içecek çeşidi olarak diğer içecek çeşitlerinden farklı ve yenilikçi bir ürün. Bu nedenle ismine içeceğin konseptine ve ismine uygun olarak kapsüllerimiz daha boncuk şeklini anımsatan daha dağınık şekilde renkli olarak yer alıyor" diyor. Ürünün ortalama kar marjı yüzde 150 ile 280 arasında. Başvuru için 0212 574 20 88 numaralı telefondan ulaşılabilir.

Profesyonel deneyimle kendi şirketlerini kurdular



GAYE ÖZCAN - MEHVEÇ DEMİR

Son dönemde profesyonel yöneticilik yaparken kendi işini yapmak üzere görevinden ayrılan ve bu hayalinin peşinden giden kişilerin başarı hikayelerini okuyoruz. 1995'ten bu yana arkadaş olan Gaye Özcan ve Mehveç Demir'de profesyonel hayatta edindikleri tecrübeleriyle insan kaynakları sektöründe bir şirket kurarak deneyimlerini değerlendirmek isteyen eski yöneticilerden.

2006 yılında kurdukları HumanGroup şirketiyle seçme-yerleştirme, eğitim- geliştirme ve ölçme ve değerlendirme alanında hizmet veriyorlar. Bugün gelinen noktada ISO 500 listesinde yer alan şirketlerin 150'den fazlasına hizmet veren şirket geçen yıl farklı atılımlar yaptı. Şirket 2012 yılı içerisinde iki uluslararası işbirliğine imza attı. Önce, dünyanın ilk 10 "üst düzey yönetici seçme ve yerleştirme" ağlarından biri olan IRC Global Executive Search Partners ile iş ortaklığı kararı alındı. Bu ortaklık için atılan imza, IRC'nin faaliyette bulunduğu 38 ülkede, "Uluslararası know-how'ı Türkiye'de kullanabilecek ve Türkiye'deki büyük potansiyelin yurt-

Bankacılık sektöründe İK ve eğitim alanlarında çalışırken kendi şirketlerini kurmaya karar veren Gaye Özcan ve Mehveç Demir, 2006 yılında kurdukları Human Group'la bugüne kadar ISO 500 listesinde yer alan şirketlerin 150'den fazlasına hizmet verdi. Şirket özellikle geçen yıl yaptığı iki uluslararası işbirliği ile de dikkati çekti.

dışında değerlendirilmesini sağlayacak en iyi eşleşme" olarak duyuruldu.

IRC'yi, The Drucker Institute ve ona bağlı The Center for Great Management izledi. Haziran 2012'de imzalanan işbirliği anlaşmasıyla, dünyanın dört bir yanında yüzlerce orta ve üst düzey yöneticinin hayatını değiştiren "Drucker Management Path" programının Türkiye'deki tek uygulayıcısı HumanGroup oldu.

Şirket nasıl kuruldu?

Özcan da, Demir de bankacılık kökenli. Gaye Özcan, Interbank'ta bankacılığa başlamış ve bu dönemde İK tarafında yer almaya karar vermiş. Interbank'ın ardından, Denizbank'ın kuruluşunda sorumlu ekipte yer almış.

Mehveç Demir de iş hayatına Interbank'ta adım atmış. İnsan kaynakları tarafında çalışan ve eğitimi deneyimlemek isteyen Demir, Özcan'ın gelmesiyle bankada eğitim alanında çalışmaya başlamış. 1997 Haziran'da kuruluş aşamasında Denizbank'ın eğitim departmanını yapılandırmış. Ve 2006 yılına kadar orada çalışmış.

Üç fonksiyonlu hizmet

2006 yılında Gaye Özcan'dan gelen teklif üzerine birlikte İK yönetimi alanında danışmanlık vermek üzere HumanGroup'u kurmuşlar. Önce ölçme ve değerlendirme hizmeti vermeye başladıklarını söyleyen Özcan, kişilik envanteri, genel yetenek testleri, çalışan tatminine dönük araştırmalar yaparak işe başladıklarını söylüyor. Sonra eğitim ve gelişim kısmı kurgulanmış. Ardından ise seçme ve yerleştirme hizmeti de verilmeye başlanmış. Bugün 12 kişinin çalıştığı şirkette üç ana fonksiyonda hizmet veren Türkiye'deki ender İK danışmanlık şirketlerinden biri oldu Human Group.

Başarıyı ne getirdi?

Eğitim ve gelişim konusunda da kişisel gelişime odaklandıklarını ve konunun uzmanlarıyla çalıştıklarını söyleyen Mehveç Demir, kurumların ihtiyaçlarına yönelik eğitimler planladıklarını da altını çiziyor. Diğer hizmetlerle ilgili ise Demir, "Şirketlerin elinde pek çok özgeçmiş var ama kendisi için hangisi doğru insan bilmiyor. Biz özellikle insan ölçme konusunda çok iddialıyız. Pek çok şirkette rol tanınımı biz yapıyoruz" diyor.

2006-2012 arasındaki döneminin, şirket için "içeride" büyüme dönemi olduğunu söyleyen Özcan, bu hızlı büyümenin de özellikle üst düzey yönetici eğitimleri ve seçme yerleştirme konularındaki projelerde sağlanan başarılar neticesinde gerçekleştiğinin de altını çiziyor.

YARIŞMA

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

Yılın girişimcisi Bozlu Holding



HANZADE DOĞAN - DR. ŞÜKRÜ BOZLUOLÇAY - MUSTAFA ÇAMLICA

Denetim ve danışmanlık firması Ernst & Young ve Hürriyet Gazetesi tarafından bu yıl Türkiye’de sekizinci kez düzenlenen ‘Entrepreneur Of The Year - Yılın Girişimcisi’ yarışmasının birincisi Çırağan Sarayı’nda düzenlenen gala gecesinde açıklandı. Yılın Girişimcisi Bozlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Şükrü Bozluolçay oldu. Bozluolçay, 6-9 Haziran 2013 tarihleri arasında Monte Carlo’da düzenlenecek ‘World Entrepreneur Of The Year - Dünya Yılın Girişimcisi’ yarışmasında Türkiye’yi temsil edecek.

Bozluolçay, medya, akademi ve iş dünyasının önde gelen isimlerinden oluşan yarışma jürisi tarafından girişimcilik ruhu, stratejik bakış açısı, sosyal ve kültürel etki, finansal performans, saygınlık ve yenilikçi anlayış gibi kriterler doğrultusunda birinci seçildi.

Hükümetin hedefi 5 bin girişimci

Törende konuşma yapan ve girişimciliğin ve girişimcilğe sağlanan desteğin önemine dikkat çeken Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün, “Hükümet olarak hedefimiz, 5 bin genci girişimcilik konusunda cesaretlendirmek ve

Türkiye’nin 100’üncü yılında dünyanın en büyük 10 ekonomisi içerisinde yer almasını sağlamak. Bu hedef doğrultusunda birçok girişimci ortaya çıkacaktır” dedi.

Ödül töreninde bir konuşma yapan Ernst & Young Türkiye Ülke Başkanı Mustafa Çamlıca, bu organizasyonla 26 yıl içerisinde dünyanın en başarılı ve en yenilikçi yüzlerce girişimcisine ödül verildiğini, NASDAQ’ın ilk 100 şirketinin yarısından fazlasının Ernst & Young Yılın Girişimcisi Yarışması’nı kazan-

dığını belirtti ve sözlerine şöyle devam etti:

“Bugüne kadar Dell Computer, Amazon.com, Starbucks, Sun Microsystems, Time Warner Telecom, America Online, gibi dünya devi şirketler bu prestijli ödülün sahibi oldu. Türk markalarının dünya markalarıyla rekabet edebilmesi için girişimcilerimizin daha fazla desteklenmesi gerekiyor. Yılın Girişimcisi programı, Türk markalarının ve girişimcilerinin dünya platformuna geçebilmesine olanak sağlıyor.”

304 bin kişiye istihdam

Ödülün tek bir başarıya verilmemesini, girişimcilik ruhunu ve cesaretini desteklediklerini belirten jüri başkanı Doğan Gazetecilik A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Hanzade Doğan Boyner, “Ernst & Young’ın bu projesiyle ilk karşılaştığımda çok heyecanlandım ve ülke olarak böyle bir projeye ihtiyacımız olduğunu düşündüm. Bu projelere destek vererek toplum içerisinde girişimciliği özendirilmeye çalışıyor, Türkiye’de var olan girişimcilik ruhunu daha da arttırmaya çalışıyoruz” dedi.

İş yaşamında başarılarla imza atan girişimcileri ödüllendirmek ve dünya çapında girişimci-

Ernst & Young’ın dünya çapında gerçekleştirdiği ‘Yılın Girişimcisi’ yarışmasının Türkiye ayağı sonuçlandı. Yılın Girişimcisi ödülünü alan Dr. Şükrü Bozluolçay, Monte Carlo’daki dünya finalinde Türkiye’yi temsil edecek.

lik ruhunu teşvik etmek için 1986 yılında ABD’de başlatılan ve bugün 50’nin üzerinde ülkede 140’dan fazla şehirde düzenlenen ‘Yılın Girişimcisi’ yarışması, girişimcilik konusunda dünyanın en prestijli ödül programı olarak kabul ediliyor. Son iki yılda girişimcilik yarışması birincileri, yüzde 18’lik bir büyüme ile 51 ülkede 304 binin üzerinde bir istihdam sağladı.

Sağlık sektöründe faaliyet gösteriyor

Samsun’da 1958 yılında doğan Dr. Şükrü Bozluolçay lise eğitimini Samsun’da tamamladıktan sonra İstanbul Cerrahpaşa Tıp Fakültesi’ni bitirdi. İhtisasını yine Cerrahpaşa Tıp Fakültesi’nde Nükleer Tıp üzerine yaptı. 1989 yılında ilk şirketi MNT’yi kuran Bozluolçay, yaklaşık 20 yıldır ağırlıklı olarak sağlık sektöründe hizmet sağlayıcılığı içeren, imalatçı ve servis veren şirketleriyle Bozlu Holding Yönetim Kurulu Başkanlığı görevine devam ediyor. Bozluolçay, halen TÜSİAD’ın Sağlık Çalışma Grubu’nun başkanlığını yapıyor.



Matlı Yem'den e-girişim fırsatları



Sanal dünyanın hayvancılık akademisi, www.hayvancilikakademisi.com adresinde yayın hayatına başladı. Hayvancılık Akademisi, bir sosyal sorumluluk projesi olarak, Türkiye'nin önemli yem üreticilerinden Matlı Gıda Grubu bünyesindeki Ömer Matlı Akademi tarafından destekleniyor.

Türkiye'den ve dünyadan en son, en taze hayvancılık haberlerine yer verilecek olan sitede konuyla ilgili alanındaki akademisyenlerin görüş ve yazıları yayınlayacak, hayvan yetiştiricileri de en çok ihtiyaç duydukları bilgilere bu siteden kolaylıkla ulaşabilecek.

Hayvancılık Akademisi, ziyaretçilerini şu altı ana başlıkta bilgilendirecek ve haberdar edecek: Hayvancılık, hayvan besleme, gıda, bilim teknolojisi, ekonomi, eğitim. Yetiştirici köşesinde ise doğrudan yetiştiriciden gelen sorular cevaplanacak. Yetiştirici yine Hayvancılık Akademisi'nden güncel yem, yem hammaddesi ve çiğ süt fiyatlarına da ulaşabilecek.

"Kazandığımızı paylaşıyoruz"

Matlı Gıda Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Özer Matlı, grubun kurucusu Ömer Matlı'nın, "Ülkenin kalınması için eğitilmiş bir geleceğe ih-

tiyaç vardır" sözlerini hiç aklından çıkarmadığını belirterek, "Biz de bu topraklardan kazandığımızı, yine bu topraklarla paylaşmak gerektiğini düşünüyoruz. Bunu da eğitime katkı ve babamız adına kurduğumuz hayvancılık akademisi ile yerine getirmeye çalışıyoruz" diyor.

Özer Matlı, Ömer Matlı Akademi'nin Türkiye'de süt ve besi sığırı yetiştiriciliğinde kullanılan değişik hayvan ırklardan oluşturulan bir sürüyü barındıran çiftliğinde, daha verimli bir süt ve besi hayvancılığı yapabilmek için Ar-Ge çalışmaları yürüttüğünü belirtiyor.

Bilgi ve birikim merkezi olacak

Özer Matlı, "Hem bu çalışmaların ve sonuçlarının Ömer Matlı Akademi'ye fiilen gelemeyen ilgililere aktarılması hem de çiftçimizin, yetiştiricimizin en yeni bilgiler ve haberlerle güncellenbilmesi için bir adım daha atarak sanal dünyanın Hayvancılık Akademisi olan www.hayvancilikakademisi.com'u destekleme kararı aldık" diyor. Matlı, Hayvancılık Akademisi'nin yetiştiricinin ilgisi ve akademisyenlerin desteği ile Türkiye'nin en önemli hayvancılık bilgi ve birikim merkezlerinden biri olacağını sözlerine ekliyor.

Matlı Gıda Grubu, Türkiye'nin önde gelen yem üreticilerinden. Grup son iki yıldır Burdan Yumurta markası ile yumurta piyasasında da faaliyet gösteriyor. Hayvan yemi sektöründe 25 yıllık geçmişi olan Matlı Gıda Grubu, Karacabey (Bursa), Konya, Çorlu (Tekirdağ) ve Turgutlu'daki (Manisa) fabrikaları ile yılda 540 bin ton yem üretim kapasitesine sahip. 2013 yılının ilk yarısında Samsun'da, ikinci yarısında ise Gaziantep'te faaliyete geçecek iki yeni fabrika ile bu kapasite 750 bin tona çıkacak. Yine bu iki yeni tesis ile birlikte Matlı Gıda Grubu Türkiye'nin beş coğrafi bölgesinde (Güney Marmara, Trakya, Orta Anadolu, Ege, Karadeniz) aynı anda faaliyet gösterir ve ürettiği yemleri pazarlar hale gelecek.

Türkiye'nin önde gelen yem üreticilerinden Matlı Gıda Grubu bünyesindeki Ömer Matlı Akademi tarafından desteklenen sanal dünyanın Hayvancılık Akademisi, www.hayvancilikakademisi.com adresinde yayın hayatına başladı. Sitede konuyla ilgili alanındaki akademisyenlerin görüş ve yazıları yayınlayacak, hayvan yetiştiricileri de en çok ihtiyaç duydukları bilgilere bu siteden kolaylıkla ulaşabilecek.

Ömer Matlı Akademi üniversite-sanayi işbirliği

Matlı Gıda Grubu, Uludağ Üniversite ile imzaladığı protokol çerçevesinde üniversitenin Veteriner Fakültesi'nin desteği ile Ar-Ge faaliyetleri sürdürüyor. Bu faaliyetler, şirketin kurucusunun adını taşıyan Ömer Matlı Akademi'de ve ona bağlı Hayvansal Üretim Eğitim ve Araştırma Merkezi ile Eğitim Çiftliği'nde yürütülüyor. Burada geliştirilen hayvan yemleri önce eğitim çiftliğindeki hayvanlar üzerinde deniyor, daha sonra yetiştiricinin kullanımına sunuluyor.



Bir otomobili baştan yaratıyor

Birçok girişimcinin işe başlama sürecine baktığımızda, "İnanmak başarmanın yarısıdır" tuncesinin, onların hayat felsefelerinin en önemli öğesi olduğunu görürüz. Hayallerinin peşinde koşan ancak bir o kadar ayakları yere basan bu girişimcilerin yaptıkları işler, gün gelir artık ülke sınırları dışına taşar. Erbakan Malkoç da bu girişimcilerden biri.

Türkiye'de ve dünyada birçok siyasetçi, işadami ve sanat dünyasındaki ünlü kişiler için araç dizayn ediyor Malkoç. Yani kişiye özel bir terzi gibi o da kişiye özel olarak araçların içini hatta dışını yeniden yapıyor.

Erbakan Malkoç, 1975 yılında Kars'ın Göle ilçesinin Dengeli (Abur) köyünde 11 çocuklu ailenin bir ferdi olarak dünyaya geldi. İlkokulu Dengeli'de okuyan Malkoç, o günleri "Evden okula vardığımda üzerimdeki buzların çözülmesini bekleyen bir çocuktum" şeklinde tarif ediyor. Malkoç Ailesi, geçinmek, okumak ve çalışmak için İstanbul'a göç etmek zorunda kalan ailelerden sadece biri.

Otomobillere merakı, akrabası olan bir ağabeyinin arabasının parçalarıyla oynayarak başlayan Malkoç, ailesiyle İstanbul'a göç ettikten sonra maddi imkansızlıklar nedeniyle okula devam edemedi. Yeşilköy'de bir otomobil tamirhanesinde çıraklığa başladı. Oto tamir atölyesinde kendi ifadesiyle yapmadığı iş kalmamış Malkoç'un.

Ustaya kızdı atölye kurdu

Ustasıyla birlikte büyük bir hevesle ve heyecanla işe başlayan Malkoç bir gün çalışırken aracın üzerindeki matkabın düğmesine yanlışlıkla dokundu ve çalışmaya başlayan matkap, aracın

sağ tarafını çizdi. Bunun üzerine ustasından büyük azar işiten Malkoç, çıraklığı bıraktı.

Yaşananlardan sonra ağabeyine araç müzik sistemleri üzerine bir atölye açacağını söyledi ve 1993 yılında yıllardır hayalini kurduğu kendi atölyesini kurdu. Bu sırada askerlik görevini tamamlayan Malkoç, sektörü incelediğinde herkesin aynı tarzda işler yaptığını ve bunun artık değişmesi gerektiğini düşündü. Buradan yola çıkarak, insanların nasıl özel terzileri ve kuaförleri oluyorsa onlara özel tasarlanmış otomobilleri de olmalı düşüncesiyle araçların içini tasarlamaya başladı.

İşte Dizayn VIP'nin ilk adımı da bu atölyede atılmış oldu. Bu araçlar, otomobil fuarlarında sergilenerek büyük ilgi gördü. Fuarda karşılaşılan ilgi sonrası siparişler gelmeye başladı.



Kral Abdullah'a otobüs

Ünü Arabistan'a kadar yayılan Dizayn VIP'ye şirketin Suudi Arabistan distribütörü, Suudi Arabistan Kralı Abdullah'ın özel bir araç istediğinin haberini verdi. Kral için özel hazırlanan otobüs, altın tozuyla renklendirilen mobil aksesuarları, 24 ayar altından muslukları ile dünyanın en pahalı ve en lüks otobüsü unvanını aldı. Krala yapılan araç sonrası prensler de sipariş verdi. Ancak 2007'de TÜVTÜRK'ün araçları muayene hakkını elde etmesiyle Malkoç'un ticari hayatı altüst oldu. TÜVTÜRK, Dizayn VIP'nin yaptığı imalatları tanımadığını bildirdi ve üretim durduruldu.

yor. Ürettiklerinin yüzde 95'ini ihraç ettiklerini söyleyen Erbakan Malkoç, "Yıllık 20 milyon TL ciroya sahibiz. 2013 yılı için yüzde 50 büyüme hedefliyoruz" diyor. Dizayn ettikleri araçların aslında bir nevi yürüyen ofisler olduğunu belirten Malkoç, şu örneği veriyor:

"Örneğin en son Shaya Grubu'nun yöneticileri için Mercedes'in içerisinde bir duş sistemi kurduk. Biz yürüyen ofisler üretiyoruz. Araçlarda zaman kaybını minimize ediyoruz. Araçların içerisinde 3D sinema sistemleri, masajlı koltuklar, fax makineleri kuruyoruz. Kısacası ofisinizde ne yapıyorsanız, bu araçların içerisinde de aynısını yapabiliyorsunuz."

sanatçıların otomobillerinin içerisini biz dizayn ettik. Ömer Sabancı'nın otomobilinin içerisinde ofis kurduk. Ahmet Çalık, Abdülkadir Konukoğlu gibi pek çok işadama için içinde hem seyahat edebilecekleri, hem çalışıp hem dinlenebilecekleri otomobiller dizayn ettik" diyor.

Ar-Ge için de ciddi bir çalışma yürüttüklerini belirten Malkoç, bu çalışmalar sonucunda artık otomobilleri ortadan ayırarak ek parçalarla daha uzun araçlar haline getirebilecek teknolojiye sahip olduklarına da dikkat çekiyor. Malkoç, yine bu Ar-Ge çalışmaları kapsamında cep telefonu ile otomobili uzaktan kontrol edilebilen bir teknoloji bulduklarını ve bunun dünyada bir 'ilk' olduğunu söylüyor. Bugün 10 bin metrekare kapalı alanda yaklaşık 100 kişiye istihdam sağladıklarını kaydeden Malkoç, yıllık 500 araç dizayn üretim kapasitesine sahip olduklarını sözlerine ekliyor. Malkoç, hedeflerini ise şöyle özetliyor:

"Bu işe girerken herkes benim bir hayalperest olduğumu düşündü ancak ben hayallerimi gerçekleştirdim. Bundan sonraki hedefim ise Türkiye'de yerli otomobil üretmek. Bunun için gerekli know-how zaten mevcut. Bunun için gerekli çalışmalara en kısa zamanda başlamayı planlıyoruz."



Bu süreç zarfında ise üretim yapılması da yasaklandı. "Bu karar, bizim için ya yolun sonu ya da yeni bir başlangıç olacaktır" diyen Malkoç, yurt dışındaki otomobil üreticilerinin girdiği testler uygulanırsa bu belgeyi alabileceğini öğrendi. Malkoç araba üreticilerinden test belgelerini aldı ve Türkiye'ye getirdi. Testlerden başarıyla geçen şirket, artık tescilli bir üretici olmuştu.

Yürüyen ofisler kuruyor

Bugün Dizayn VIP, 25 ülkeye ihracat yapı-

Putin'in eşi için özel deri

Malkoç'un dizayn ettiği araçların ünü, artık ülke sınırlarını aşmış, pek çok yabancı siyasetçiye kadar ulaşmış durumda. Örneğin, Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in eşi Lyudmila Putina'nın Mercedes Viano markalı otomobilinin içini dizayn ettiklerini ifade eden Malkoç, koltuk derilerini İtalya'da özel olarak ürettiklerini vurguluyor.

Rusya Başbakanı Dmitri Medvedev için de araç dizayn ettiklerini kaydeden Malkoç, "Bugüne kadar neredeyse Türkiye'deki tüm işadamları ve

ERBAKAN MALKOÇ

"İtalya'dan özel uçağıyla aracını aldırdı"

Dizayn VIP bugün Ortadoğu ülkelerinin tamamına ihracat gerçekleştiriyor. Bunun yanı sıra ihracatının yüzde 70'inin Avrupa ülkelerini kapsadığını söyleyen Erbakan Malkoç, şöyle devam ediyor: "Örneğin, İtalyan bir müşterimiz için dizayn ettiğimiz aracı, kendisi geçtiğimiz günlerde özel uçağıyla aldırdı. İç pazarda da önemli projelere imza atıyoruz. Red Bull Türkiye'nin trafikte kullanılan tüm araçları yine bizim dizaynımız. 'Dünyanın en hızlı üretim teknolojisi' eğitimini alıyoruz. Bununla birlikte üretimimiz hız kazanacak ve buna bağlı olarak daha verimli bir üretim teknolojisine sahip olacağız."

Türk lokantası Kırkpınar'a yurt dışı göründü

Uno'nun kurucusu Kemal Duygu, avukat Mehmet Eratlı ve mühendis Mustafa Taşan, pazardaki boşluğu görerek çağdaş esnaf lokantası fikriyle yola çıktı ve Kırkpınar Lokantası'nı kurdu. Gördükleri ilgi üzerine büyümeye hız veren Kırkpınar Lokantası, 2013'te 25 olan şube sayısını 40'a, cirosunu 40 milyon TL'den 60 milyon TL'ye çıkartmayı hedefliyor.

Uno Ekmek'in kurucusu Kemal Duygu, avukat Mehmet Eratlı ve mühendis Mustafa Taşan'ın yeme içme sektörüne yönelik yatırım trendini çok önceden görerek 2004 yılında kurduğu Gruppo, çağdaş Türk lokantası konsepti Kırkpınar'la Türkiye'de yayılmayı sürdürürken, 2014'te ise yurtdışına açılmayı planlıyor.

Gruppo'nun temeli Amerika'da yaşarken, restoran işletmeciliğinin bireyler tarafından değil, ciddi kuruluşlar tarafından yapıldığını fark ederek bu alana yatırım yapmaya karar veren Mustafa Taşan tarafından atıldı. Türkiye'ye dönerek bu işi araştırmaya başlayan Taşan, süreci şöyle anlatıyor: "Birkaç arkadaşla bu işi nasıl yapabileceğimizi düşünürken Uno Ekmek projesinin kurucularından, Doruk Gıda'nın Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Duygu ile yollarımız çakıştı. Onun da restoran işletmeciliğine girmeyi düşünüyordu."

Böylece Kemal Duygu, Mehmet Eratlı ve bu işe yatırım yapmak isteyen arkadaşlarını da dahil ederek Gruppo'yu kurdular.

Et Edirne'den Turşu Ankara'dan

The Bow Bells, Karada Balık, Il Brigente, Saolibre, Brusketta gibi farklı konseptler geliştiren grup, 2006 yılında beyaz yakalı çalışanlara yönelik geleneksel Türk yemeklerinin olduğu çağdaş bir Türk lokantası kurmaya karar verdi.

Türk mutfağını temsil eden markalar olduğunu ancak bunların bir-iki şubeli yerler olduğunu söyleyen Gruppo Genel Müdürü Mustafa Taşan, her şubesinde aynı standardı sunan bir zincir oluşturma fikriyle yola çıktıklarını söylüyor.

Böylece 2006'da Kırkpınar'ın Ar-Ge çalışmaları başladı. "Araştırmalar bizi Edirne'ye götürdü. Türkiye'nin en pahalı ve kaliteli etleri Edirne'de. Edirne'de Balkanların yansımaları var. Oradaki insanlar sıcak, ürünler kaliteli. Böylece markanın adının Edirne Kırkpınar Lokantası olmasına karar verdik" diyor Taşan ve şöyle devam ediyor: "Edirne'de yerel bir üreticiyle anlaşarak etleri oradan almaya başladık. Diğer ürünler için de işini iyi yapan ama çok büyümemiş olan yerel üreticilerle anlaştık. Mesela turşu Ankara Çubuk'tan geliyor."

Yeni bir konsept geliyor

Bu süreçte Kırkpınar büyük ilgi görünce Gruppo ekibi ona odaklanmaya başladı. Kırkpınar'ın şube sayısı 25'e ulaştı. 2013 sonuna kadar mağaza sayısını 40'a çıkarmayı hedefleyen şirket, 40 milyon TL olan cirosunu ise 60 milyon TL'yi taşımayı hedefliyor.

Gruppo, şu sıralar Kırkpınar Lokantası için yeni bir konsept üzerinde çalışıyor. Son dönemde sayısı hızla artan iş merkezi ve plazaların altında orada çalışan beyaz yakalılara özel lokanta-

lar açmayı planladıklarını söyleyen Taşan, "Levent'te İş Kuleleri'nin altındaki lokantamız çok iyi iş yapıyor. Burada beyaz yakalı müşterilerimiz var, onların isteklerini beğenilerini anladık. Bizim müşterilerimizin önemli bir kısmını onlar oluşturuyor. Bize de bu yönde talep geldi. Rönesans'ın Mecidiyeköy'deki ofis binasının altına ilk olarak yeni konsepti açacağız" diyor. Şirketlerden çok talep geldiğini söyleyen Taşan, şirketlerin büyük catering şirketleriyle anlaşmak, yemekhane kurmak yerine Kırkpınar'ı tercih ettiklerini belirtiyor. Talebe göre farklı ödeme sistemleri geliştirmeyi planlıyor grup. Yeni konseptin adına henüz karar verilebilmiş değil.

Ayrıca Gruppo Fransız Amerikan brasserie tarzı modern bir konsept geliştirdi. L'express isimli bu konsept için birkaç yerle görüştiklerini söyleyen Taşan, bu konsepti tam anlamıyla seveye hayata geçirebileceklerini dile getiriyor.

2014 yurt dışı gündemde olacak

Franchise sistemiyle büyüyen Kırkpınar Lokantaları için yurt dışından da çok sayıda teklif geliyor. İran, Azerbaycan, Almanya, Romanya gibi ülkelerden yatırımcılarla görüştiklerini vurgulayan Taşan, "Alt yapımızı oluşturduk. 2014'te yurtdışına açılabiliriz diye düşünüyorum" diyor. Grup, hem Anadolu'da hem de yurtdışında kuvvetli yerel partnerler arıyor.



MUSTAFA TAŞAN

Franchise bedeli 40 bin Euro

Franchise sistemiyle büyüyen Kirkpınar'ın hali hazırda 16'nın üzerinde franchise şubesi var. 2013'te 12 franchise şube açmayı hedefleyen şirket, franchise fee olarak 40 bin Euro talep ediyor. Royalty ücreti ise yüzde 4. Öncelikle olarak büyüme hedeflenen şehirler Samsun, İzmir ve Ankara olarak sıralanıyor.

Çocukfoni

KOSGEB'ten eğitim ve krediyle işini kurdu



2012'de KOSGEB'in Girişimcilik kursunu bitiren Göksenin Cesur, kurumsal kariyerini bırakıp girişimci olmaya karar verdi. KOSGEB'ten aldığı hibe kredisiyle çocuk ürünleri satılan özel alışveriş sitesi Çocukfoni'yi kuran Göksenin Cesur, 2013 yılı sonuna kadar 100 bin üyeye ulaşmayı hedefliyor.

Kendileri küçük olsa da ihtiyaçlarıyla büyük bir ekonomi yaratıyorlar. Çocuklara yönelik ürün pazarı son dönemde pek çok yatırımcının radarına girmiş durumda. Özellikle hızla büyüyen e-ticaret pazarında bebek ve çocuk ürünlerine yönelik girişimler dikkat çekici bir hızla artıyor. Çocukfoni de çocuklara yönelik ürünlerde fırsat yaratan ürünler arayanlara yönelik yaratılmış bir e-ticaret sitesi.

Sitenin kurucusu Göksenin Cesur, İstanbul Teknik Üniversitesi'nden mezun olur. 2000-2004 yılları arasında Amerika'da MBA eğitimini tamamladıktan sonra çok farklı sektörlerde çalışan Cesur, Türkiye'ye döndükten sonra da uzun süre lojistik sektöründe çalışıyor. 2012 yılı ise Cesur için dönüm noktası oluyor. 2012'de KOSGEB'in Girişimcilik kursunu bitiren Cesur, kendine yeni bir yol çiziyor ve kurumsal kariyer yerine girişimci olmaya karar veriyor.

27 bin TL hibe kredi aldı

KOSGEB'e kredi için başvuran Cesur, 27 bin TL hibe kredisi almaya hak kaza-

ıyor. Cesur, o dönem bir yaşında olan kızının alışveriş ihtiyaçlarını pratik olarak karşılamamanın yollarını araştırırken pazar-daki potansiyeli görerek bu alanda hizmet veren bir e-ticaret sitesi kurmaya karar vermiş. 'Çocuk' kelimesini, Yunanca'da ses anlamına gelen 'foni' kelimesi ile birleştirerek, Çocukfoni markasını yarattıklarını söyleyen Cesur, "Çocukların sesi olmak amacıyla yola çıktığımız için marka adımızla birebir örtüştü" diyor.

Eylül 2012'de kurulan Çocukfoni, çocuk alışverişinde fırsat arayanlar için hazırlanmış bir özel alışveriş e-ticaret sitesi. Dönem dönem annelere ve anne adaylarına özel ürünlere de sitede yer veriliyor. E-posta adresi olan herkes üye olabileceğini söyleyen Cesur, her hafta onlarca kampanyada ürün fırsatı sunduklarını vurguluyor.

Hedef 100 bin üye

Çocukfoni'yi başarılı kılmak için yüzde yüz müşteri memnuniyetini hedefleyen girişimci, bu hedefe ulaşmak için gerekli yatırımları yaparak yenilikçi uygulamala-



rı hayata geçiriyor. Çocuk ürünleri satılan diğer sitelerden en önemli farkı, çocuklara yönelik etkinliklerin de sitede yer alması. Sitede yer alan ürünler ve etkinlikler 0-14 yaş aralığında geniş bir kesime hitap ediyor. Cesur, etkinlik segmentindeki fırsatları artıracaklarını belirtiyor. Sitede, 200'ün üzerinde marka ve 5 binin üzerinde ürün bulunuyor. Cesur, bununla birlikte her geçen gün portföye yeni markalar eklediklerini vurguluyor.

Ayrıca, alışveriş sürecini üyeler için olabildiğince basit ve akıcı hale getirilmiş. Örneğin, üyelerin tüm kampanyalardan beğendikleri ürünleri tek sepette satın alabiliyorlar. Siparişlerin bebekler ve çocuklar için olduğunu göz önünde bulundurarak, kampanya süresi bitmeden ara ürün tedariki ile siparişleri 1-3 iş günü içerisinde en hızlı şekilde kargoya yetiştiriliyor. Cesur, hedeflerinin 2013 yılı sonuna kadar 100 bin üye ulaşmak olduğunu söylüyor.

Deneyimlerini paylaşıyor

Cesur KOSGEB'de hem eğitim döneminde hem de hibe alma sürecinde edindiği deneyimi de başkalarıyla paylaşıyor. Her ay belli kurumlarda girişimcilik eğitimi veren Cesur, önümüzdeki günlerde ücretsiz olarak ev hanımlarına internete nasıl kolay satış nasıl yapılacağına ilişkin bir eğitim vermeyi planlıyor.

Hibe kredisi almanın uzun, zorlu ve yoğun dokümantasyon gerektiren bir süreç olduğunu belirten Cesur, şöyle devam ediyor: "KOSGEB ödemeyi direkt yapmıyor. İş planında sunduğunuz harcamalar ve belli kriterlerdeki masraflar için ödemeyi yaptıktan bunu ispat ettikten sonra geri alıyorsunuz. 24 aya kadar destek devam ediyor."

Ayrıca SGK'dan da yeni istihdam için SSK prim teşviki aldığını belirten Cesur, devlet desteklerini alabilmek için vergi borcunun olmaması ve primlerin zamanında ödemesi gerektiğine dikkat çekiyor.

GÖKSELİN CESUR

Sosyal sorumluluk projeleri de var

Çocukfoni faaliyete geçtiği ilk günden bu yana her sipariş kutusu içerisinde farklı bir vakfın broşürünü üyelerine ulaştırıyor. Buna ilaveten ocak ayı içerisinde TOÇEV ile ortak bir proje hayata geçiren site, Çocukfoni'den yapılan her alışverişte TOÇEV'e bir kitap bağışlayarak, üyelerine kendi isimlerinde özel TOÇEV imzalı bağış sertifikaları ulaştırdı. Sosyal sorumluluk konusunda 2013 yılı içerisinde oldukça aktif çalışmalar yapmayı planladıklarını belirten Cesur, "Önce çocuk, düşüncesi ile çocuklara ve ailelerine yarar sağlayacak tüm sosyal sorumluluk projelerine destek vermeyi amaçlıyoruz" diyor.

Çocuk ürünleri pazarı yüzde 15 büyüyor

Toplam 30 milyar TL civarındaki Türkiye hazır giyim pazarının yaklaşık yüzde 17'si 15 yaş altı bebek ve çocuk segmentine ait. Hazır giyim sektörü her yıl yüzde 1,5 büyürken, çocuk giyim sektörü yüzde 15'in üzerinde büyüme gösteriyor. Türkiye'de her yıl 1.3 milyon bebek doğuyor. Bebeklerin hızlı büyüdüğü için giyimden şampuanına, ayakkabısından oyuncaklarına kadar ihtiyaçlarının süreklilik gösterdiğini belirten Cesur, "Çocukların hızlı büyüme dönemlerinde her 3-4 ayda bir yeni ayakkabı ihtiyacı olabilir. Bayanların ayakkabı alma alışkanlığından çok daha yüksek bir rakam" diyor.



KOBİLGİ

Doc. Dr.
Volkan Demir

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



KOBİ yöneticileri ve ortakları için **10 finansal soru ve yanıt**

1 Şirketimin Değerini Nasıl Ölçerim?

Şirket değerinin saptanması için bazı yöntemler vardır. Bunlardan en sık kullanılanları indirgenmiş nakit akımları yöntemi, borsa oranlarına göre değerlendirme, ekspertiz ve net aktif değeri yöntemidir. Hesaplanan değerler şirketin değerini kesin olarak ifade etmemekle birlikte sadece belirli varsayımlara göre kullanıcılar için analiz edilebilir ve üzerinde çalışılabilir bilgiler ifade etmektedir. Şirketin gerçek değeri satış aşamasında pazarlıkla oluşmaktadır.

2 Şirket Değerleme Süreci Nasıldır?

- Sektör analizi yapılır
- Dünya'da, Avrupa'da, ABD'de sektörün durumu
- Türkiye'de sektörün durumu
- Şirket analizi yapılır
- Şirketin tarihçesi ve faaliyetlerinin konusu
- Üretim, satışlar ve kapasite bilgileri
- Değerleme
- İndirgenmiş nakit akımları yöntemi
- Borsa oranlarına göre değerlendirme
- Ekspertiz ve net aktif değeri
- Sonuç
- Tüm değerlendirme yöntemlerine göre oluşabilecek fiyat önerilir.

3 Şirket Değerleme Yöntemlerinin Farklılıkları Nelerdir?

İndirgenmiş nakit akımları yöntemi:

Bu yöntem, şirketin faaliyetlerinin operasyon ve finansman olarak ikiye ayrılması temeline dayanmaktadır. Bu ayırımın sonucun, şirketin brüt değeri önümüzdeki (projeksiyonlarla belirlenir) yıllarda asıl faaliyetlerinden (operasyon) doğan serbest nakit akımlarının, şirketin sermaye maliyeti ile hesaplanan bir iskonto oranı ile bugünkü değerine indirgenmesine eşittir. Bu brüt değere portföydeki menkul kıymetlerin eklenmesi ve mevcut mali borçların çıkarılması sonucunda net değer ulaşılır. Borsa oranlarına göre değerlendirme: Bu yöntemde, şirketin değeri, Türkiye'de ve/veya diğer ülkelerde faaliyet gösteren, menkul kıymet borsalarında işlem gören benzer şirketlerin ve/veya faaliyet sektörünün ortalama verileri ile karşılaştırılması sonucunda tespit edilir.

Net aktif değeri: Bu yöntemde, şirketin değeri, aktifinde kayıtlı bulunan sabit kıymetlerin piyasa değerlerinin, konunun uzmanı bir eksper tarafından tespit edilmesi ile hesaplanır. Bulunan tutar, şirketin belli bir tarih itibarı ile bilançosunda yer alan sabit kıymetlerin defter

değerinin yerine konması sonucunda oluşan özkaynak toplamı net aktif değerini verir.

4 EBITDA Nedir? (Faiz, Vergi ve Amortisman Öncesi Kar)

EBITDA kavramı iş yaşamında en fazla kullanılan kavramlardan bir tanesidir. EBITDA şirketin faaliyet döneminde faiz, vergi ve amortisman harici ne kadar kar elde ettiğini bulmak için kullanılır. EBITDA çarpanı ise işletmenin faaliyet gösterdiği sektörde gerçekleşen şirket alım-satımlarının EBITDA'nın kaç katı olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla bir şirket faaliyet gösterdiği sektörde EBITDA çarpanı 12 ise, şirketin de EBITDA'sı 1.5 milyon TL ise şirketin değeri 18 milyon TL etmektedir denilebilir. EBITDA hesaplanırken finansal tabloların UFRS (TFRS) ye göre hazırlanması gerekir. Vergi kanunları baz alınarak hazırlanmış finansal tablolar doğru EBITDA'yı bulmamızı engellemektedir.

5 UFRS (TFRS) Nedir?

Şirketin finansal tablolarını Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'na göre hazırlamasıdır. UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolar sadece Türkiye'de değil hemen hemen tüm



dünyada aynı bilgi değerine sahiptir.

6 Finansal Tablolar Neden Çok Önemlidir?

UFRS'ye göre finansal tablolar şunlardır: (1) Bilanço (2) Kar/Zarar Tablosu (3) Nakit Akış Tablosu (4) Özkaynak Değişim Tablosu ve dipnotlardır. Bilanço, işletmenin aktif-pasif (varlık-kaynak) yönetimini nasıl yaptığını; kar/zarar tablosu döneme ait finansal performansı; nakit akış tablosu işletmenin dönem ait nakit giriş ve çıkışlarının durumunu; özkaynak değişim tablosu ise işletmenin özkaynaklarında meydana gelen değişimlerin detayını açıklamaktadırlar.

7 Özkaynağımızın Güçlü Olması Neyi İfade Eder?

Özkaynağın güçlü olması şirketin faaliyetlerini yabancı kaynak finansmanı yapmadan ya da daha az gereksinim duyarak devam ettirebilmesini sağlar. Ayrıca özkaynaklar; bankalar, satıcılar ve 3'üncü kişi alacaklılar nezdinde güvence teşkil etmektedir.

Özkaynağı güçlü olan işletmeler daha az fona gereksinim duyacağından finansman giderlerinden de o ölçüde kaçınacaklar ve bu durum da beraberinde karlılık artışı olarak finansal tablolara yansıtacaktır.

8 İşletme Sermayesi Nasıl Yönetilir?

İşletme sermayesi yönetimi aslında işletmedeki cari varlıkların yönetimidir ve bazı konulara odaklanılarak başarı sağlanabilmektedir. İşletme sermayesi yönetiminin başarılı yapılabilmesi için nakit yönetimi, alacak-borç yönetimi, stok-satış döngüsü yönetiminin başarılı yapılması gerekmektedir. İşletmelerde en fazla ortaya çıkan sorunlardan biri olan işletme sermayesi eksikliğinin olumsuz etkileri, etkin bir işletme sermayesi yönetimi ile en aza indirilebilir. Bunun için stok edinimi, satış, alacağın tahsilatı ve borcun ödenmesi süreçlerinin çok iyi incelenip finansman yapısının buna göre kurulması gerekmektedir.

9 Özkaynak/Borç Dengesini Nasıl Kurmaliyim?

Şirketler genellikle borçlanma ve özkaynak arasındaki dengeyi kurmakta zorlanmaktadır. Aslından hangi durumun işletmelere daha fazla avantaj getireceği her işletme için değişebilmekte veya farklı riskleri beraberinde getirebilmektedir. İşletme finansman yapısını ağırlıklı olarak borç üzerinde kurduğu takdirde bu borç için katlandığı finansman giderlerini vergi kaldırıcı olarak kullanabilmektedir. Ancak böyle bir durum devamlılık arz ettiğinde işletmenin borç sarmalına girme olasılığı artmakta, kredi ve finansman olanakları, limitler gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Finansman yapısı özkaynak üzerine kurulduğunda, işletmeye kredi itibarı ve bununla birlikte birçok avantajı da beraberinde getirecektir. Ancak özkaynağı sağlayan ortakların da en az alternatif maliyetleri kadar özkaynak karlılığı beklentisi olabileceği de göz ardı edilmemelidir.

10 Bu Zamana Kadar Bütçe Yapmadım? Artık Yapmalı mıyım?

Genellikle bütçenin sadece büyük işletmeler tarafından yapıldığına dair yanlış bir algı söz konusudur. Halbuki bütçe işletmenin satışından tahsilatına kadar tüm faaliyetlerinin en az bir yıl için planlanması ve sistematik olarak izlenmesi sürecidir. Bu nedenle de işletme büyüklüklerine bakılmaksızın bütçe yapılmasında işletme yönetimi için birçok fayda vardır. Bunların başında vergi planlaması, nakit planlaması gibi konular gelmektedir.



YURTDIŞI FUARLAR TAKVİMİ

Fuar

Tarihi

Konusu

Yeri

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
SIAP - SPS Industrial Automation Fair	04 Mart 2013	Otomasyon, Üretim Teknolojisi	Guangzhou ÇİN
WATER CHINA	04 Mart 2013	Su Teknolojileri	Guangzhou ÇİN
Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	04 Mart 2013	Mücevher	Hong Kong ÇİN
TRANZI WOMEN (FEMME)	04 Mart 2013	Hazır Giyim, Moda Aksesuarları	Paris FRANSA
CEBIT	05 Mart 2013	Bilgi ve İletişim Tek.	Hannover ALMANYA
Dubai International Boat Show	05 Mart 2013	Yat-Tekne	Dubai BAE
PAPERWORLD Middle East	05 Mart 2013	Ofis malzeme ve ekipmanları, kartısaye	Dubai BAE
Toy Fair Middle East	05 Mart 2013	Dünyacık	Dubai BAE
29. Uluslararası Moda, Giyim ve Tekstil Fuarı	05 Mart 2013	Giyim, deri, ayakkabı	Saraybosna BOSNA HERSEK
Hong Kong International Jewellery Show	05 Mart 2013	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat	Hong Kong ÇİN
MAINTEC	05 Mart 2013	Karma Endüstri	Birmingham İNGİLTERE
INFARMA	05 Mart 2013	İlaç	Barcelona İSPANYA
Architecture + Construction Materials	05 Mart 2013	Yapı Teknolojileri ve Makineleri	Tokyo JAPONYA
Foodex 2013	05 Mart 2013	GIDA-İÇECEK	Tokyo JAPONYA
Malaysian International Furniture Fair	05 Mart 2013	Mobilya	Kuala Lumpur, MALEZYA
MIF - MALAYSIAN INTERNATIONAL FURNITURE FAIR	05 Mart 2013	Mobilya	Kuala Lumpur, MALEZYA
EPLA - International Fair of Plastics and Rubber Processing	05 Mart 2013	Plastik ve Kauçuk İşleme Teknolojileri	Poznan POLONYA
POZAN INTERNATIONAL FAIR - HOME DECOR EXPO	05 Mart 2013	Ev Tekstili, Mobilya	Poznan POLONYA
Russia Power Conference & Exhibition	05 Mart 2013	Enerji	Moskova RUSYA
Furniture and Living	05 Mart 2013	Mobilya	Nitra SLOVAKYA
THE TRAVEL GOODS SHOW	06 Mart 2013	Deri, deri ürünleri, ayakkabılar	Las Vegas ABD
ITB-BERLIN	06 Mart 2013	Bilişim	Berlin ALMANYA
Garten MÜNCHEN	06 Mart 2013	Tarım, Ormanlık, Bahçesizlik, Bağlılık	Münih ALMANYA
INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE	06 Mart 2013	Hediyelik eşya	Münih ALMANYA
China Xiamen International Stone Fair	06 Mart 2013	Mermer, Doğal Taş ve Doğal Taş İşleme	Xiamen ÇİN
Xiamen Stone Fair China Xiamen International Stone Fair	06 Mart 2013	Mermer	Xiamen ÇİN
BUILD AND CONSTRUCT	06 Mart 2013	İnsaat, İnsaat Malzemeleri, İnsaat	Üsküp MAKEDONYA
OFFSHORE ASIA Offshore Asia Conference and Exhibition	06 Mart 2013	Deniz teknolojileri	Kuala Lumpur, MALEZYA
Build+Decor	07 Mart 2013	Yapı teknolojileri ve Makineleri, İç Yapı	Pekin ÇİN
Home Furnishing Expo Shenzhen HomeTex	07 Mart 2013	Ev Tekstili, Ev Dekorasyonu	Shenzhen ÇİN
ACREX	07 Mart 2013	Uluslararası Havalandırmada, Soğutma	Bangalore HİNDİSTAN
FENSTERBAU FRONTALE INDIA 2013	07 Mart 2013	Pencere,Kapı ve Cephe Uzmanlık Fuarı	Yeni Delhi HİNDİSTAN
ITS 2013	07 Mart 2013	Deniz Tasitları	Barcelona İSPANYA
COSMOPACK	07 Mart 2013	Ambalaj	Bologna İTALYA
Automechanika Malaysia	07 Mart 2013	Otomotiv Yedek Parça	Kuala Lumpur, MALEZYA
HYTTE Exhibition for cottages	07 Mart 2013	Ağaç, İç Dekorasyon	Lillestrom NORVEÇ
Natural Products Expo West	08 Mart 2013	Doğal ve organik ürünler	Anaheim ABD
Autorama- World of Wheels	08 Mart 2013	Otomotiv	Detroit ABD
MORRISTOWN ANTIQUES SHOW	08 Mart 2013	Ev Dekorasyonu, Tekstil, Halı	New Jersey ABD
IWA & OutdoorClassics	08 Mart 2013	Spor Malzemeleri	Nürnberg ALMANYA
Beauty Days	08 Mart 2013	Kozmetik	Zagreb HRIVATISTAN
MEDICAL FAIR INDIA	08 Mart 2013	Tıbbi Teknoloji, Sağlık ve Eczacılık	Yeni Delhi HİNDİSTAN
COSMOPROF	08 Mart 2013	Kozmetik	Bologna İTALYA
Agrotech - International Fair of Agricultural Techniques	08 Mart 2013	Tarım teknolojileri, tarım makineleri	Kielce POLONYA
Premiere Vision Moscow	08 Mart 2013	Tekstil	Moskova RUSYA
WOHNEIN + INTERIEUR	09 Mart 2013	Mobilya, dekorasyonu, ev tekstili, halı	Viyana AVUSTURYA
MODACALZADO + IBERPIEL	09 Mart 2013	Deri, Deri Ürünleri, Ayakkabılar	Madrid İSPANYA
Touch of Paris	09 Mart 2013	Kozmetik	Belgrad SIRBİSTAN
IBSS	10 Mart 2013	Yiyecek ve İçecek	Boston ABD
NUSA Expo New York	10 Mart 2013	Mücevher	New York ABD
South African Automotive Week	10 Mart 2013	Otomotiv	Sikago ABD
Fashion Exposed	10 Mart 2013	Hazır Giyim	Melbourne AVUSTRALYA
British Bridal Exhibitions Harrogate	10 Mart 2013	İngiliz Giyim ve Moda	Harrogate İNGİLTERE
NECS-2013	11 Mart 2013	Petrol arama, çıkarma ve dağıtım tekn.	Manama BAHRAYN
GCC E-Health	11 Mart 2013	Sağlık	Kuveyt KUVEYT
Saudi Agriculture	11 Mart 2013	Tarım	Riyad SARABİSTAN
Saudi Food-Pack	11 Mart 2013	Gıda, Gıda İşleme ve Paketleme Mak.	Riyad SARABİSTAN
CABSAT MENA & Satellite MENA	12 Mart 2013	Bilgi Teknolojileri ve Telekomünikasyon	Dubai BAE
JEC Composites Show	12 Mart 2013	Endüstri	Paris FRANSA
HARFO 2013	12 Mart 2013	İstima,Soğutma Makinaları,Teknolojileri	Goyang G.KORE
ALIMENTARIA	12 Mart 2013	Gıda	Barcelona İSPANYA
Maquitech	12 Mart 2013	Makina	Barcelona İSPANYA
AgriTech / AgriTec	12 Mart 2013	Tarım Makinaları	Astana KAZAKİSTAN
PLASTIMAGEN	12 Mart 2013	Plastik	Mexico city MEXİKA
SJØEN FOR ALLE Norwegian International Boat Show	12 Mart 2013	Deniz araç ve aksesuarları	Lillestrom NORVEÇ
ITIF	12 Mart 2013	Ticaret ve Sanayi Makinaları ve Tekn.	Karacı PAKİSTAN
CABEX	12 Mart 2013	Metal İşleme, Kaynak Teknolojisi	Moskova RUSYA
BETONEX	12 Mart 2013	BETON üretim sistemleri	Moskova RUSYA
MOSCOW BOAT SHOW	12 Mart 2013	Bot, Yat, Tekne, Su Sporları ve Ekip.	Moskova RUSYA
Inlegmash	12 Mart 2013	Tekstil Makineleri ve Dokuma	Moskova RUSYA
BLECH Russia - Exhibition for Sheet Metal Working	12 Mart 2013	Metal İşleme, kaynak	St.Petersb. RUSYA
Home Fair	12 Mart 2013	İnsaat, yapı malzemeleri ve deko.	Ljubljana SLOVENYA
InterOilGas - International Specialized Exhibition	12 Mart 2013	Konvansiyon El Ve Yenilenebilir Enerji	Kiev UKRAYNA
LA International Textile Show	13 Mart 2013	Tekstil	Los Angeles ABD
GDS	13 Mart 2013	Deri, Deriden eşya, Ayakkabı	Disseldorf ALMANYA
Power-Days Fachmesse für Elektrotechnik	13 Mart 2013	Elektrik/enerji	Salzburg AVUSTURYA
INTERSTOFF ASIA	13 Mart 2013	Tekstil	Hong Kong ÇİN
Interstoff Asia Essential - Spring 2013	13 Mart 2013	Tekstil	Hong Kong ÇİN
Worldtex 2013	13 Mart 2013	İnsaat	Manila FILİPİNLER
GOGIE	13 Mart 2013	Otomotiv	Madrid İSPANYA
KOAA Show	13 Mart 2013	Otomobil, Motor, Tıraç Araçlar	Madrid İSPANYA
MOTORTEC - Automechanika	13 Mart 2013	Otomotiv	Madrid İSPANYA
FLO	13 Mart 2013	Tekstil, Ev tekstili	Milano İTALYA
AIPS	13 Mart 2013	Güvenlik	Almatı KAZAKİSTAN
KAZBUILD	13 Mart 2013	Yapı Teknolojileri ve Makineleri, İç İnsaat	Almatı KAZAKİSTAN
JWS (former ADJEX)International Jewellery & Watch Show	14 Mart 2013	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat	Abu Dabi BAE

Fuar

Tarihi

Konusu

Yeri

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
Tbilisi International Auto Show	14 Mart 2013	Otomotiv	Alger CEZAYİR
The 24th China Int. Gifts Premium & Houseware Exhibition	14 Mart 2013	Hediyelik Eşya ve Ev dekorasyonu	Pekin ÇİN
CEBUNEXT. Cebu Uluslararası Mobilya ve Mefrustat Fuarı	14 Mart 2013	Mobilya	Cebu FILİPİNLER
MFI - Manila F.A.M.E. International	14 Mart 2013	Hediyelik Eşya, Saat, Mücevher	Manila FILİPİNLER
Uluslararası Manila F.A.M.E.	14 Mart 2013	Tekstil ve Konfeksiyon, Mobilya	Manila FILİPİNLER
TEXMAC INDIA	14 Mart 2013	Tekstil Makinaları	Mumbai HİNDİSTAN
AAHAR	14 Mart 2013	Gıda	Yeni Delhi HİNDİSTAN
SAPICA - National Shoe Fair	14 Mart 2013	Deri, Deri Ürünleri, Ayakkabılar	Leon MEXİKA
International Trade & Industrial Machinery Show	14 Mart 2013	Sanayi Makinaları	Karacı PAKİSTAN
BEAUTY FORUM SLOVAKIA 2013	14 Mart 2013	Kozmetik	Trencin SLOVAKYA
Active Sports	14 Mart 2013	Spor Ekipmanları	Kiev UKRAYNA
BIKE EXPO	14 Mart 2013	Bisiklet Ekipmanları	Kiev UKRAYNA
Motor Bike	14 Mart 2013	Motosiklet Ekipmanları	Kiev UKRAYNA
Autorama- World of Wheels	15 Mart 2013	Otomotiv	Omaha ABD
FEINCO - International Trade Fair for Cattle Raising	15 Mart 2013	Tarım ve Hayvancılık Ekipmanları	Sao Paulo BREZİLYA
Hong Kong Wedding & Overseas Wedding Expo 2013	15 Mart 2013	Düğün, Yurt Dışı Düğün	Hong Kong ÇİN
COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA	15 Mart 2013	Kozmetik	Bologna İTALYA
FA LA COSA GUSTA	15 Mart 2013	Güvenlik tüketim ve yaşam ürünleri	Milano İTALYA
CENTRAL ASIA FASHION	15 Mart 2013	Giyim, Moda, Deri ve Ayakkabı	Almatı KAZAKİSTAN
FLORA Garden & Flower Show	15 Mart 2013	Tarım, Ormanlık, Bahçesizlik, Bağlılık	Celje SLOVENYA
NAUTISUD - International Boat Show	16 Mart 2013	Tekne, Tekne Aksesuarları	Naples İTALYA
ASD/AMD's Las Vegas March	17 Mart 2013	Hediyelik eşya	Las Vegas ABD
MOB2B (Las Vegas)	17 Mart 2013	Hamilelik Modası	Las Vegas ABD
IFE International Food & Drink Event	17 Mart 2013	Gıda	Londra İNGİLTERE
PROFAC - For the Food and Drinks industry	17 Mart 2013	Ambalaj malzemeleri ve makineleri	Londra İNGİLTERE
The BIG Show - Builders International Gathering	17 Mart 2013	İnsaat	Moskova UKRAYNA
APS American Physical Society	18 Mart 2013	Nano Teknoloji	Boston ABD
FIMMA BRASIL	18 Mart 2013	Mobilya Sanayi Makine, Hammade	Bento G BREZİLYA
CIFF-China International Furniture Fair - Home Furniture	18 Mart 2013	Mobilya	Guangzhou ÇİN
interzum Guangzhou	18 Mart 2013	Mobilya ve İç Dekorasyon	Guangzhou ÇİN
FILMART	18 Mart 2013	Medya	Hong Kong ÇİN
GIFTS EXPO	18 Mart 2013	Hediyelik Eşya, Saat, mücevher	Moskova RUSYA
OBVU MIR KOZHI	18 Mart 2013	Deri, Deri Ürünleri, Ayakkabılar	Moskova RUSYA
TECHTEXTIL North America	19 Mart 2013	Tekstil, Tekstil Makinaları ve Ev Tekstili	Atlanta ABD
TECHTEXTIL NORTH AMERICA	19 Mart 2013	Teknik Stiller ve Nonwoven	Las Vegas ABD
AADS Annual Meeting	19 Mart 2013	Medikal-Ortopedi	New Orleans ABD
European Coatings SHOW	19 Mart 2013	Yüzey İşleme-Boya Mürekkep	Nürnberg ALMANYA
Safety Show Sydney	19 Mart 2013	İşyeri Güvenlik Ekipmanları	Sidney AVUSTRALYA
AMPER	19 Mart 2013	Elektrik ve Elektronik, Enerji	Bruno CEK CUMH.
Asian Aerospace	19 Mart 2013	Havacılık	Hong Kong ÇİN
CIFFE	19 Mart 2013	Petrol ekipmanları sanayi ticaret	Pekin ÇİN
Electronica & Productronica/China	19 Mart 2013	Elektrik Mühendisliği, Elektronik	Sangay ÇİN
StocExpo Europe	9 Mart 2013	Enerji, Petrolkimya, Taşma, Depolama	Rotterdam HOLLANDA
FIMA GANADERA - International Animal Production Show	19 Mart 2013	Tarım ve Gıda İşleme Makinaları	Zaragoza İSPANYA
FORESTA	19 Mart 2013	Tarım, Ormanlık, Bahçesizlik, Bağlılık	Cluj-Napoca ROMANYA
T.I.T.	19 Mart 2013	Maden, Petrolkimya, Kimyasal Ürünler	Cluj-Napoca ROMANYA
Tyrexpo Asia 2013	19 Mart 2013	Lastik ve ekipmanları	Singapur SİNGAPUR
Art expo shoes	19 Mart 2013	Ayakkabı	Kiev UKRAYNA
AQUA THERM SOFYA	20 Mart 2013	İstima, soğutma,havalandırmada, tesisat	Sofya BULGARİSTAN
BBW Bulgaria Building Week	20 Mart 2013	Yapı ve İnşaat	Sofya BULGARİSTAN
Perfumes and Cosmetics Exhibition	20 Mart 2013	Kozmetik	Kuveyt KUVEYT
Assen Elexex	20 Mart 2013	Elektrik, Mühendislik	Kuala Lumpur, MALEZYA
MOLDCONSTRUCT	20 Mart 2013	İnsaat Malzemeleri, Yapı Teknolojileri	Kişinev MOLDOVA
MOLDENERGY	20 Mart 2013	İstima Teknolojileri ve Ekipman	Kişinev MOLDOVA
AMBERIF	20 Mart 2013	Küyumculuk	Gdansk POLONYA
EUROGASTRO	20 Mart 2013	Otel ve Restoran Ekipmanları	Varsova POLONYA
Nature, Hunting, Fishing	20 Mart 2013	Av ve Doğa Sporları	Filibe BULGARİSTAN
Transport Show	21 Mart 2013	Otomotiv	Louisville ABD
Architectural Digest Home Design Show	21 Mart 2013	Ev dekorasyonu	New York ABD
NEW ENERGY HUSUM 2013	21 Mart 2013	Yenilenebilir enerji	Husum ALMANYA
KIMES 2013	21 Mart 2013	Medikal cihazlar ve hastane ekipmanları	Soul G.KORE
VIATEC	21 Mart 2013	Yapı ve inşaat	Bolzano İTALYA
HouseHold Expo	21 Mart 2013	Züccacıye	Moskova RUSYA
h-h Cologne	22 Mart 2013	El İşlemciliği	KiIn ALMANYA
Gem and Jewellery India International Exhibition (GJIE)	22 Mart 2013	Mücevherat	Chennai HİNDİSTAN
Busworld India	22 Mart 2013	Arabalar, Ticari Araçlar, Motosiklet	Bologna İTALYA
CIVIL PROTEC	22 Mart 2013	Çevre Koruma, Sivil Güvenlik	Bolzano İTALYA
PROWEIN - International Trade Fair Wines & Spirits	24 Mart 2013	Sarap ve Alkollü İçkiler	Disseldorf ALMANYA
Harrogate Nursery Fair with the Baby Products Association	24 Mart 2013	Bebekler için Tekstil Hediyelik Eşya	Harrogate İNGİLTERE
BEAUTY SHOW-CANADA	24 Mart 2013	Sap ve saç bakım	Toronto KANADA
APLF - Materials, Manufacturing & Technology	25 Mart 2013	Deri, Deri Teknolojileri	Hong Kong ÇİN
Intertraffic Amsterdam	25 Mart 2013	Otobül ve Trafik İşaret Ekipmanları	Amsterdam HOLLANDA
CHILDREN'S BOOK FAIR	25 Mart 2013	Çocuk ve Genç Kitapları Basım	Bologna İTALYA
Auto Expo	25 Mart 2013	Havacılık, Savunma	Santiago SİLİ
Fensterbau Frontale	26 Mart 2013	Makine	Nürnberg ALMANYA
MEDETEC	26 Mart 2013	Medikal	Stuttgart ALMANYA
AGRAme - Agra Middle East	26 Mart 2013	Tarım Ürünleri	Dubai BAE
BELARUSMEDICA	26 Mart 2013	İlaç, Medikal Ekipman, Paketleme	Minsk BELARUS
Interfilere Hong Kong	26 Mart 2013	Kumaş, İşleme, Dantel, aksesuarlar	Hong Kong ÇİN
R-T Asia/China Windows	26 Mart 2013	Elektrik Mühendisliği, Elektronik	Sangay ÇİN
SITL Europe	26 Mart 2013	Taşma, Lojistik, Depolama	Paris FRANSA
ISF - International Shoes & Leather Goods Fair	26 Mart 2013	Deri, Deri Ürünleri, Ayakkabılar	Tokyo JAPONYA
Mebel	26 Mart 2013	Mobilya, iç dekorasyonu	Üsküp MAKEDONYA
ExpoCoating Moscow	26 Mart 2013	Yüzey Kaplama	Moskova RUSYA
INTERBUDEXPO 2013	26 Mart 2013	Yapı Malzemeleri ve Ekipmanları	Kiev UKRAYNA
STROIKO 2000 Specialised Construction Exhibition	27 Mart 2013	Yapı Teknolojileri ve Makineleri	Sofya BULGARİSTAN

Mart 2013

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
MODEKO 2013 24. İzmir Mobilya Fuarı	27 Şubat 2013 03 Mart 2013	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları	İzmir
UNCERA	27 Şubat 2013 03 Mart 2013	25.Uluslararası Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı : Zemin ve Duvar Kaplamaları, Banyo ve Mutfak Ürünleri, Aksesuarları, Seramik İşleme Teknolojileri,	İstanbul
Aysaf 10. Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi F.	28 Şubat 2013 02 Mart 2013	Ayakkabı Yan Sanayi Ürünleri, Aksesuar, Deri, Suni Deri, Taban, Tekstil, Makineler, Kurum Müesseslikleri ve Dergiler	İstanbul
Eurasia Moto Bike Expo	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Motosikletler, Bisikletler, Aksesuarlar, Tuning, Servisler ve Bayiler	İstanbul
4.Gıda, Tarım ve Hayvancılık Fuarı	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Tarım, Gıda, Hayvancılık Teknolojileri ve Endüstrileri	Muğla
Mersin Agrodays	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Mersin 8.Uluslararası Tarım Fuarı: Tarım, Tarım Makineleri, Gübre, Tohum, Seracılık	Mersin
Balkesir Tarım Fuarı 2013	28 Şubat 2013 03 Mart 2013	Balkesir Tarım ve Hayvancılık Fuarı: Tarım ve Hayvancılık	Balkesir
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	02 Mart 2013 03 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	05 Mart 2013 05 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	Ankara
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	07 Mart 2013 07 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İzmir
Avrasya Demiry., Hafif Raylı Ss. Altyapı ve Loj.F.	07 Mart 2013 09 Mart 2013	Demiryolu Araç, Gereçleri, Hafif Raylı Sistemler, Altyapı ve Lojistik	İstanbul
SİRHA-İSTANBUL 2013	07 Mart 2013 09 Mart 2013	Otel, Catering ve Gıda Fuarı	İstanbul
FOTEG İstanbul 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	11.Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı: Gıda İşleme Teknolojileri ve Ekipman, Katkı, Ambalajlama ve Lojistik, Unlu Mamul Teknolojileri, Gıda Güvenliği ve Hijyen	İstanbul
3T '2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	11.Uluslararası Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri Fuarı: Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri	İzmir
13.Zemin Fuarı	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Zemin Kaplama Malzemeleri Sektör Fuarı: Halı, Parke ve Tüm Zemin Kaplamaları	Gaziantep
ZCY ANKARA 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Züccaciye, Mutfak ve Ev Eşyaları, Çeyiz, Elektrikli Ev Aletleri ve Dekoratif Eşya Fuarı	Ankara
Düğün ve Evlilik Fuarı -Düğün Ankara 2013	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Düğün ve Evlilik	Ankara
Ankara Ev Tekstil Fuarı	07 Mart 2013 10 Mart 2013	Ev Tekstil	Ankara
Bursa 11. Kitap Fuarı	09 Mart 2013 17 Mart 2013	Kitap ve Süreli Yayınlar	Bursa
Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	10 Mart 2013 10 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Ankara
Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	12 Mart 2013 12 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Bursa
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	12 Mart 2013 12 Mart 2013	Yurt Dışı Eğitim	Bursa
Bursa Eğitim Fuarı	12 Mart 2013 17 Mart 2013	9.Yurt İçi ve Yurt Dışı Eğitim Fuarı: Yurt İçi ve Yurt Dışı Eğitim	Bursa
TEVBRIDGE İstanbul Tekstil ve Aksesuarları Fuarı	13 Mart 2013 15 Mart 2013	Hazır Giyime Yönelik Kumaş, İplik ve Aksesuarlar	İstanbul
Marex 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	14. Turistik İşletmeler Donanım, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda İhtisas Fuarı: Turistik İşletmeler Donanım, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda	Muğla
İstanbul Pencere 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	14.Uluslararası Pencere Fuarı: Pencere, Panjur, Cephe Profili, Üretim Makineleri, Aksesuar, Yalıtım, Tamamlayıcı Ürünler	İstanbul
İstanbul Cam 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	3.Cam Ürünleri ve Uygulamaları, Üretim - İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlayıcı Ürün ve Kimyasallar Fuarı	İstanbul
İstanbul Kapı 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	5.Uluslararası Kapı, Kepek, Kilit, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları Fuarı: Kapı, Kepek, Kilit, Alarm ve Güvenlik, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	İstanbul
İstanbul Moda Fuarı 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	Hazır Giyim,	İstanbul
Konya Tarım 2013	13 Mart 2013 16 Mart 2013	11.Uluslararası Tarım, Tarımsal Mekanzasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı: Tarım, Tarımsal Mekanzasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı	Konya
Konya Hayvancılık 2013 Hayvancılık Ekip.	13 Mart 2013 16 Mart 2013	Hayvancılık Ekipmanları ve Süt Endüstrisi	Konya
Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	14 Mart 2013 14 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İzmir
METEX Orta Doğu Turizm Fuarı	14 Mart 2013 15 Mart 2013	Turizm	İstanbul
Biz Evleniyoruz - Evlilik ve Düğün Hazırlık	14 Mart 2013 17 Mart 2013	Evlilik ve Düğün Hazırlık	Antalya
IBATECH Ankara 2013	14 Mart 2013 17 Mart 2013	6.Uluslararası Ekmek, Pasta Makineleri, Dondurma, Çikolata ve Teknolojileri Fuarı: Ekmek, Pasta, Dondurma, Çikolata Teknolojileri	Ankara
Kayıp 2013	14 Mart 2013 17 Mart 2013	11.Kayıp Yapı, İnşaat Teknolojileri Fuarı: Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Tesiilat Sistemleri	Kayseri
Uluslararası LIGHTTECH 2013	14 Mart 2013 17 Mart 2013	Aydınlatma, Tesisat, Elektrik, Proje ve Bina Otomasyon Teknolojileri	İstanbul
İzmir 2. Evlilik Hazırlık Fuarı	14 Mart 2013 17 Mart 2013	Evlilik Öncesi Hazırlık, Kozmetik, Güzellik, Estetik, Kişisel Bakım	İzmir
Pro-Show 2013 (13.)	14 Mart 2013 17 Mart 2013	Pro-Ses, Pro Işık, Pro Görüntü Sistemleri	İstanbul
Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	16 Mart 2013 17 Mart 2013	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İstanbul
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	17 Mart 2013 17 Mart 2013	Yurt Dışı Eğitim	Adana
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	19 Mart 2013 19 Mart 2013	Yurt Dışı Eğitim	Ankara
20. Mesin Sanayi ve Ticaret Fuarı	19 Mart 2013 24 Mart 2013	Genel Sanayi ve Ticaret Ürünleri	Manisa
Exposhipping Europort İstanbul	20 Mart 2013 23 Mart 2013	12.Uluslararası Denizcilik Fuarı: Deniz Ticareti, Gemi İnşa ve Yan Sanayi, Limanlık, Nakliye ve Lojistik	İstanbul
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	21 Mart 2013 21 Mart 2013	Yurt Dışı Eğitim	İzmir
M2M EXPO 2013	21 Mart 2013 23 Mart 2013	Uzaktan Erjişim Yönetim, Araç Takip Sistemleri, Telemetri Sistemleri, Yazılım ve Mobil İletişim Çözümleri Konferansı ve Fuarı	İstanbul
İstanbul Jewelry Show Mart 2013	21 Mart 2013 24 Mart 2013	36.İstanbul Uluslararası Mücevherat, Saat ve Malzemeleri Fuarı: Takılar, Taşlar, Saatler Hediye Eşyalar, İlgili Yan Sanayi	İstanbul
Motoshow	21 Mart 2013 24 Mart 2013	5.Uluslararası Motosiklet, Bisiklet, Aksesuar ve Ekipmanları Fuarı: Motosiklet, Bisiklet, Aksesuar ve Ekipmanları	İstanbul
WIN Otomasyon '13	21 Mart 2013 24 Mart 2013	20.Endüstriyel Otomasyon Fuarı: Endüstriyel Otomasyon	İstanbul
WIN Electrotech '13	21 Mart 2013 24 Mart 2013	14.Enerji, Elektrik ve Elektronik Teknolojileri Fuarı: Enerji, Elektrik ve Elektronik Teknolojileri	İstanbul
WIN Hydraulic & Pneumatic '13	21 Mart 2013 24 Mart 2013	10.Akışkan Gücü Teknolojileri Fuarı: Akışkan Gücü Teknolojileri	İstanbul
Win Materials Handling '13	21 Mart 2013 24 Mart 2013	12.Taşıma, Depolama, İstifleme ve Lojistik Fuarı: Taşıma, Depolama, İstifleme ve Lojistik	İstanbul
Güzellik & Bakım 2013 (22.)	21 Mart 2013 24 Mart 2013	Güzellik ve Bakım, Saç, Kozmetik ve Parfümeri	İstanbul
Adana Moda Show 2013	22 Mart 2013 24 Mart 2013	Kadın, Erkek, Çocuk Giyim, İç Giyim, Çorap, Deri, Çanta, Ayakkabı ve Giyim Aksesuarları	Adana
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	23 Mart 2013 24 Mart 2013	Yurtdışı Eğitim	İstanbul
OTEL 2013	27 Mart 2013 30 Mart 2013	Otel Ekipmanları ve Gıda	Muğla
Marble	27 Mart 2013 30 Mart 2013	19.Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı: Doğal Taş ve Teknolojileri	İzmir
Citytech	7 Mart 2013 30 Mart 2013	7.Uluslararası Belediye ve Çevre 2013 Fuarı: 2.Belediye ve Çevre Ekipmanları, Geri Dönüşüm Teknolojileri	Ankara
2. Bursa Karacabey Tarım ve Hayvancılık Fuarı	27 Mart 2013 31 Mart 2013	Tarım Hayvancılık, Tohum, Meyvecilik, Sulama ve Teknolojiler	Bursa
Bursa 25. Uluslararası Yapı ve Yaşam Fuarı ve K.	27 Mart 2013 31 Mart 2013	Yapı Malzemeleri (Mutfak, Banyo, Seramik, Tesisat Özel Bölümü)	Bursa
IHS BURSA 2013	27 Mart 2013 31 Mart 2013	8.İstima, Soğutma, Havalandırma ve Doğalgaz Teknolojileri Fuarı: İstima, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz	Bursa
BURSA KENT 2013 Bursa	27 Mart 2013 31 Mart 2013	2.Belediye İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri ve Spor Tesisleri Fuarı: Belediye İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri ve Spor Tesisleri	Bursa
8.Uluslararası Boru ve Ek Parçaları Fuarı	28 Mart 2013 30 Mart 2013	Boru, Ek Parçaları, Makine ve Ekipmanları	İstanbul
GAS TURKEY 2013	28 Mart 2013 30 Mart 2013	Uluslararası LPG & CNG & LNG Fuarı: Sıvılaştırılmış Petrol Gazı, Basınçlı ve Sıvılaştırılmış Doğal Gaz Teknolojileri ve Hizmetleri, Endüstriyel Gazlar	İstanbul
Bahçe Dünyası 2013	28 Mart 2013 31 Mart 2013	8.İstanbul Bahçe Mobilyaları, Bahçe Mimarisi, Peyzaj, Bahçe Bitkileri ve Aksesuarları Fuarı: Bahçe Mobilyaları, Bahçe ve Peyzaj Mimarisi, Havuz, Gözleme, Bahçe Donanımları ve Bitkiler	İstanbul

MAL TALEP

Yurt dışından 17 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'a Ocak ayı içerisinde pek çok ülke ve şirketten işbirliği çağrısı yapıldı. farklı ülkelerden gelen 17 adet işbirliği çağrısını sizler için derledik.



1 BULGARİSTAN

Firma Adı: NİVEL IMPORT - EXPORT

Yetkili Kişi: Niyazi Karataban

Tel: +359.889.256456;

Faks: +359.2.492 2344;

e-mail: nivel-imex@hotmail.com

İthalat, ihracat alanında faaliyet gösteren ve kömür ticareti yapan firma, Türkiye'ye kömür satmak istediğini bildiriyor.

2 Adres: Mattig-Levercom Management Partners. Ltd, Sofia 1000 62 Patriarh Evtimii blvd, fl. 2, ap. 2, ,988 50 85

Yetkili Kişi: ILona Belomorska

Tel: +359.2.988 50 85;

Faks: +359.2.951 68 15;

e-mail: office@mattig-management.bg
Kitap, hediye, müzik, fotokopi merkezi, kafe gibi birçok alanda lüks mağazaları bulunan firma, Balkanlardaki faaliyet alanlarını

genişletmek için mağaza/ mağazalarını satın almak isteyen potansiyel stratejik yatırımcılarla bağlantı kurmak istediğini bildiriyor. Söz konusu duyuru, Türk Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası vasıtasıyla iletildi.

3 Firma Adı: NİVEL IMPORT - EXPORT

Yetkili Kişi: Niyazi Karataban

Tel: +359.2.492 2343;

Faks: +359.2.492 2344;

e-mail: nivel-imex@hotmail.com

İthalat, ihracat alanında faaliyet gösteren firma, 25 kilogramlık kutularda stok halinde bulunan 20 ton bal satmak istediğini bildiriyor.

4 Adres: Mattig-Levercom Management Partners. Ltd, Sofia 1000 62 Patriarh Evtimii blvd, fl. 2, ap. 2, ,988 50 85

Yetkili Kişi: ILona Belomorska

Tel: +359.2.988 50 85;

Faks: +359.2.951 68 15;

e-mail: office@mattig-management.bg

Kitap, hediye, müzik, fotokopi merkezi, kafe gibi birçok alanda lüks mağazaları bulunan firma, Balkanlardaki faaliyet alanlarını genişletmek için mağaza/ mağazalarını satın almak isteyen potansiyel stratejik yatırımcılarla bağlantı kurmak istediğini bildiriyor. Söz konusu duyuru Türk Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası vasıtasıyla iletildi.

5 İRAN

Firma Adı: International Business Services Avicenna (IBSA)

Adres: Apt. 9, 1st Bloc, 1907 Dr. Shariati Ave., Tehran, Iran

Yetkili Kişi: Hamed Javaherian/Export manager

Tel: +98 .21.22212829;

e-mail: hjavaherian@ibsa.ir;

web: www.ibsagazelle.com

İnşaat alanında faaliyette bulunan firma, mermer, traverten, granit ve oniks gibi dekoratif taşlar, yol inşaatında kullanılan zift (bitümen 85-100 ve 60-70), inşaat ve bahçelerde metal çit yerine kullanılan polimer ağlar gibi inşaat malzemelerini satmak istediğini bildiriyor.

6 Firma Adı: International Business Services Avicenna (IBSA)

Adres: Apt. 9, 1st Bloc, 1907 Dr. Shariati Ave., Tehran, Iran

Yetkili Kişi: Hamed Javaherian/ Export manager

Tel: +98 .21.22212829;

e-mail: hjavaherian@ibsa.ir;

web: www.ibsagazelle.com

İnşaat alanında faaliyette bulunan firma, mermer, traverten, granit ve oniks gibi dekoratif taşlar, yol inşaatında kullanılan zift (bitümen 85-100 ve 60-70), inşaat ve bahçelerde metal çit yerine kullanılan polimer ağlar gibi inşaat malzemelerini satmak istediğini bildiriyor.

7 RUSYA

Firma Adı: Exclusive Art & Exotic SL

Yetkili Kişi: Artur Shumlyayev/

Attorney

Tel: +7.903.750-59-71;

e-mail: artournour@mail.ru

Kristal şeker, 2/3 sınıf buğday, 1/2 sınıf galeta unu, hem hayvan beslemeye hem insan tüketimine uygun sarı mısır ve ayçiçek yağı üreticisi olan firma bu ürünlerini satmak istediğini bildiriyor.

8 Firma Adı: Made in Zelenograd Business Cooperation Agency, LLC

Adres: Zelenograd, proezd 4806, bldg. 6, office 428 124498, Moscow, Russia

Yetkili Kişi: Artyom Maslov/ Genel Müdür

Tel: +7. 925.270 09 52;

e-mail: anton@made-in-zelenograd.com;

web: www.made-in-zelenograd.com

Güvenlik sistemleri, yazılım, tıbbi cihazlar,



teknolojik ekipman, telekomünikasyon ve haberleşme sistemi, elektronik ve optik aletler üreten firma, Türk firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği vasıtasıyla iletildi.

9 Firma Adı: ARYA SUPER AUTO FORGE

Adres: 140402, Moscow Region., Kolomna city, 46 Okskiy Prospect

Yetkili Kişi: Akhil Prakash

Tel: +7.495.334-828;

e-mail: stankoindo@yahoo.com;

web: www.aryaforge.ru

12 bin metrekare üretim tesisleri sahası ve 200'ü aşkın makina parkı bulunan, sıcak dövme ekipmanı tedariki alanında uzmanlaşmış ve kendi soğuk dövme yapan Rus firma, ortak üretim yapmak üzere Türkiye'de otomotiv sanayi için dişli üreten firmalarla işbirliği yapmak istiyor. Söz konusu talep, Rusya Federasyonu Ankara Büyükelçiliği aracılığıyla iletildi.

10 Firma Adı: Made in Zelenograd Business Cooperation Agency, LLC

Adres: Zelenograd, proezd 4806, bldg. 6, office 428 124498, Moscow, Russia

Yetkili Kişi: Artyom Maslov/ Genel Müdür

Tel: +7. 925.270 09 52;

e-mail: anton@made-in-zelenograd.com;

web: www.made-in-zelenograd.com

Güvenlik sistemleri, yazılım, tıbbi cihazlar, teknolojik ekipman, telekomünikasyon ve

haberleşme sistemi, elektronik ve optik aletler üreten firma, Türk firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Söz konusu talep, Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği vasıtasıyla iletildi.

11 Firma Adı: ZDRAVMEDETECH

Tel: +7.495.722 38 24;

e-mail:

ruchkin@zdravmedtech.ru

Tek kullanımlık tıbbi ve cerrahi elbise, giysi ve yüksek teknolojik ameliyat takımları üreten firma, ürünlerini satmak üzere Türk firmalarla bağlantı kurmak istediğini bildiriyor.

12 ARNAVUTLUK

Firma Adı: Fortis2 shpk

Adres: Sheq i Madh, close to the old Clay Factory, Fier

Yetkili Kişi: Ledja Hysi

Tel: +355.69.4074316;

web: http://www.fortis2.eu

Arnavutluk, Kosova, Makedonya, Karadağ ve Sırbistan pazarlarına hitap eden tuğla üreticisi firma, ürün çeşitliliği ve üretim artışı için teknik bilgi (know-how) sağlayabilecek stratejik ortak arıyor.

13 ALMANYA

Firma Adı: MODUS

KONZEPT

Yetkili Kişi: Ömer Yasemin

Tel: +49.2102.73 33 55;

Faks: +49.2102.73 33 55;

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

MAL TALEP

web: www.modus-konzept.de

Kameralı güvenlik sistemleri ve merkezi haber alma sistemleri ile çalışan güvenlik şirketlerine yönelik bina girişi, araç tanıma ve takibi, ürün hareketlerinin takibi, acil servis ve güvenlik otomatik çağrı gibi sistemler sunan Alman firma, Türk firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Firma ayrıca, Alman malı kalite güvence belgelerini Türk iş ortağının kullanmasına da izin verileceği ve gerektiğinde kurs verecek eleman gönderebileceğini de ifade ediyor.

14

Firma Adı: MODUS
KONZEPT

Yetkili Kişi: Ömer Yasemin

Tel: +49.2102.73 33 55;

Faks: +49.2102.73 33 55;

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

web: www.modus-konzept.de

Kameralı güvenlik sistemleri ve merkezi haber alma sistemleri ile çalışan güvenlik şirketlerine yönelik bina girişi, araç tanıma ve takibi, ürün hareketlerinin takibi, acil servis ve güvenlik otomatik çağrı gibi sistemler sunan Alman firma, Türk firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Firma ayrıca, Alman malı kalite güvence belgelerini Türk iş ortağının kullanmasına da izin verileceği ve gerektiğinde kurs verecek eleman gönderebileceğini de ifade ediyor.



15

Firma Adı: Mr. K. Ünü
Adres: Rotbuchenstrasse
69 81547 München

Yetkili Kişi: Mr. K. Ünü

Tel: +49.173.3885343;

e-mail: kayhanunus@gmx.de

Almanya'da faaliyet gösteren danışmanlık şirketi, TOBB'a başvurarak yurt dışı temsilcilik, yurt dışı tedarikçi temsilciliği, yurt dışı pazar araştırmalarının yapılması ve sunumu, yeni firma bulma çalışmalarının yürütülmesi, yurt dışı ve çeşitli fuar organizasyonlarında aktif olarak görev alma, yurt dışı mal talep ve teklif organizasyonu, siparişten sevkiyata kadar tüm süreçlerde sorumluluk almak, müşteri portföyünü koruyacak ve zaman içinde

geliştirecek çalışmalar yapmak gibi hizmetler vermek istediğini iletiyor.

16

ROMANYA
Firma Adı: Aquaproject
S.A.

Adres: Splaiul Independentei 294, sector 6, 060031-Bucharest, Romania

Yetkili Kişi: Liliana Dragan-Manager

Tel: +40.7222.79544;

Faks: +40.21.3160042;

e-mail: office@aquaproject.ro;

web: www.aquaproject.ro

Baraj, toplama havuzu, derivasyon, suyolu ve nehir regülasyonu gibi su mühendisliği yapıları, inşaat mühendisliği, endüstriyel yapılar, kemerli köprü, sulama sistemi mühendisliği gibi alanlarda faaliyette bulunan firma, Türkiye'deki firmalarla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor.

17

PORTEKİZ
Firma Adı: PPG
Adres: RUA DA PRE-
CİOSA, 476 - SALA 1 4100-417 PORTO, ,

Yetkili Kişi: Mr. Gustavo Rocha

Tel: +351.220.120011;

Faks: +351.222.012688;

e-mail: ggr-bd@purplegift.pt

Tekstil ticareti yapan firma, yatak çarşaf-larına kumaş baskı yapmak için Türkiye'deki polyester ve pamuklu kumaş üreticileriyle işbirliği yapmak istediğini ilan ediyor.



MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ**11 Mart 2013 Pazartesi**

- 16-28 Şubat 2013 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
- 16-28 Şubat 2013 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

15 Mart 2013 Cuma

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

20 Mart 2013 Çarşamba

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

25 Mart 2013 Pazartesi

- 2012 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisi Beyannamesinin Verilmesi
- Şubat 2013 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
- Şubat 2013 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
- GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Beyannamenin Verilmesi
- Şubat 2013 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı
- 1-15 Mart 2013 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisi Beyanı ve Ödemesi

26 Mart 2013 Salı

- Şubat 2013 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi
- Şubat 2013 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
- Şubat 2013 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi
- 1-15 Mart 2013 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi

1 Nisan 2013 Pazartesi

- 2012 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- 2012 Yılına İlişkin Bilanço Esasına Göre Defter Tutan Gelir Vergisi Mükellefleri İçin Kesin Mizan Bildirimi
- Şubat 2013 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Şubat 2013 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Şubat 2013 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 6111 Sayılı Kanununun 2,3,5,6,7 ve 8. Maddeleri Hükümleri Uyarınca Ödenmesi Gereken 12. Taksit Ödemesi



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



YENİ GELECEK

Trendleri takip mi edelim, yoksa biz mi yaratalım?

Geçen hafta Google, 'Glass' ismini verdiği 'artırılmış gerçeklik' (augmented reality) uygulamaları içeren gözlüğünü duyurdu. Videosundan bile heyecan uyandıran bu yeni yaşamı görme biçimi hepimizde farklı çağrışımlar yarattı. Bunun gibi arabaların sürücüsüz gideceği, robotların yaşantımızı kaplayacağı, bizlerden işlerimizi alacağı gibi birçok yeni uygulama farklı sektörlerde öngörülüyor. Peki bütün bunlar gerçekleşecek mi? Biz bu tarz pazarlara ne kadar hazırlık yapmalıyız? Bizler gelişmekte olan bir ülkedeki girişimciler olarak kısa dönemli düşünmenin yaygın olduğu bir iş yapma kültüründe geleceğe ne kadar yatırım yapmalıyız? İşte size üç önemli nokta:

1. Yerel pazarın yatırım dinamiği

Bu tarz inovasyon içeren uygulamalar özellikle yatırım yapmak için çok uygun olabiliyor. Bu amaçla yaklaşıyorsanız bulunduğunuz endüstrinin melek yatırımcılarının ya da fon alacağınız kuruluşların bu konudaki ilgilerine bakın. Eğer pazarda daha çok kopya projelere ihtiyaç varsa belki öncelikli bunları yapmanız daha gerçekçi olabilir.

2. Müşterinizi tanıyın

'Kullanıcının yükselen gücü'nü artık biliyoruz. Fotoğraf paylaşım uygulaması Instagram'ın paylaşılan

fotoğrafların izin almaksızın ticari amaçlı kullanılacağını açıkladıktan sonra şirketin yüzde 25'e yakın kullanıcılarını kaybettiğine tanık olduk. O nedenle her ne kadar global trendler çok güçlü olsa bile yereldeki hassasiyetler çok kritik. Bizim her zaman kendi yerel pazarımızın ihtiyaçlarına dönük düşünmemiz lazım. Google Glass kulağa çok hoş geliyor olabilir ama yerel pazardaki öncelikler nasıl ona bakmamız lazım.

3. Yerel pazardaki erişilebilen teknolojiler

Birçok teknoloji yerel pazarda büyük teknoloji şirketleri tarafından sağlanıyor. Ancak haberlerini duyduğumuz teknolojiler öncelikli olarak gelişmekte olan pazarlarda sunuluyor. Gelişmekte olan pazarlarda genelde satış ofisleri oluyor. Bu teknolojiler üzerine iş geliştirmeden, planlar yapmadan önce Türkiye'de bu teknolojilerin ne zaman geleceği ve ne boyutta küçük işletmelere açılacağını çok net öğrenmemiz bize çok zaman kazandırır.

Gerçeklere göre hareket edin

Bu üç pratik yoldan başka Rus yatırım şirketi Almaz Capital'ın kurucusu Alexander Galitsky "Stratejinizi iyi belirlemeniz çok kritik. Eğer müşteriniz gelişmekte olan bir pazarda ise tamamen buraya konsantre olmanız lazım. Ancak

















global bir proje yapıyorsanız, geliştirme ve satış ofislerini ayırmalısınız. Mesela satış ofisinizi Silikon Vadisi'ne taşıyıp, Türkiye'de geliştirme ofisi tutabilirsiniz. Önemli olan müşteri referanslarınızı sağlayabilmenizdir. Bunun için de hedef pazarınız neresi ise ona göre yapılanın" diyerek bu trendlerin, yaptığımız işlerin hedefimize göre ne kadar değiştiğini ifade ediyordu.

Kendi işlerimizi aslında başkalarının işlerini kopyalamak değil, kendi özgün fikirlerimizi yapmak için kuruyoruz. "Trendleri siz yaratın, takip etmeyin. Başkaları ne yapıyor diye takip etmekten ve okumaktan vazgeçin. Kendi tutkunuzu takip edin" diyen Silikon Vadisi'nin ünlü yatırımcılarından Steve Blank şüphesiz bunu kendi pazarı ve gerçekliği için söylüyordu.

Başka bir yatırımcı Alexander Osterwalder ise "En önemli müşterilerimiz nerede? En temel ihtiyaçları nedir? Nasıl ölçeklenebilir bir iş modeli geliştirmeniz gerekiyor düşünün" diyerek yine hedef pazarı vurguluyor.

Stratejilerimizi ve yatırımlarımızı belirlemeden önce global gelişmeler ile vizyonumuzu geliştirebiliriz ancak asıl ihtiyaç olarak adreslenen konu ve müşteri kitlesi neresi ise o pazarın gerçeklerine göre hareket etmemiz başarımız için en kritik unsur.

Ekonomist'te Neler Olacak?

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



BAKKAL SÜLEYMAN'DAN RESTORAN SAHİBİ EMEL'E ESNAFIN GELECEĞİ GARANTİ'DE.

Esnaf Destek Kredileri'nden Garanti Ödeme'ye, şirket kredi kartı Easy'den Kobim Garantide İşyeri Sigortası'na kadar dükkân sahiplerini düşünen birçok hizmetle esnafın geleceği Garanti'de.

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

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

