

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN: ŞİRKETLERİN BİLİNÇALTI OLUR MU?

KOBİ

Garanti BBVA

# GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

MART 2021

## SOSYAL GİRİŞİM RÜZGARARI

TÜRKİYE'DEN  
BAŞARI  
HİKAYELERİ

KURUMLARIN  
SAĞLADIĞI  
DESTEKLER

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK  
NEDEN YÜKSELİYOR?

EĞİTİME ÜCRETSİZ YAZILIM DESTEĞİ VERİYOR  
"FUARCILIK HİBRİT BİR MODELE EVRİLECEK"  
ÜÇ DAKİKA İÇİNDE İNTERNET SİTESİ KURUYOR

# Türkiye'nin geleceği KOBİ'ler, geleceğin fırsatları sizinle.





## İhtiyacımız olan toplumsal dayanışma modeli: Sosyal girişimcilik

Son 1 yıldır Covid-19 ile yatıp Covid-19 ile kalkıyoruz. Her gün Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan vaka ve vefat sayılarına gözlerimizi dikerek, sürecin nereye doğru evrildiğini anlamaya çalışıyoruz.

Mahallemizde, sokağımızda, yakın çevremizde, akrabalarımız içerisinde hatta evimizde Covid-19'a yakalanmamak için, yakalanan varsa bir an önce iyileşmesi için hiçbir konuda olmadığı kadar özenli davranmaya çabalıyoruz. En azından toplumun ekseriyetinin böyle davrandığını varsayıyorum...

Türkiye'de ilk vakanın ortaya çıktığı 11 Mart 2020 tarihinden beri, daha önce görmediğimiz, belki görmezden geldiğimiz ihtiyaçlarımızı, beklentilerimizi fark etmeye başladık. Toplumsal dayanışmanın, herhangi bir karşılık beklemeden ihtiyaç sahibi kesimlerin derdine deva olmanın ne kadar önemli olduğunu gördük.

Pandemi ile geçen 1 yılı arkamızda bırakırken, bu ayki KOBİ Girişim dergimizin kapağında, tam da böyle zamanlarda daha da çok ihtiyaç duyduğumuz 'sosyal girişimcilik' kavramını ele almak istedik.

Son yıllarda pek çok ülkede yaygınlaşan sosyal girişimler, yani kar amacından önce toplumsal sorunları ve sıkıntıları çözmeyi hedefleyen girişim modeli, pandemi döneminde daha da artan bir ilgiyle büyüdü. Türkiye'de de dünyada olduğu gibi bir sosyal girişim rüzgarı esiyor.

"Hayırseverliğin" yüzyıllardır derin temellere sahip olduğu Türkiye'de de 'sosyal girişim' kavramı son yıllarda giderek artan bir ilgi ile karşılanıyor. Özellikle kadın girişimcilerin bu alandaki yoğun çabaları hem takdiri hem de desteği sonuna kadar hak ediyor.

Kapağımızda sosyal girişimcilik kavramının neyi kapsadığını, bu alanda Türkiye'de verilen destekleri ve öne çıkan başarılı sosyal girişimcilik örneklerini sizin için derledik.

Umudumuz, son bir yılda yaşadıklarımızı unutmayacağımız, eksiklerimizi düzeltereğimiz, ihtiyaçlarımızı el birliği ile gidereceğimiz bir gelecek yaratabilmek.

İyi okumalar. Sağlıkla kalın.



Dünyada İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan ve giderek küresel çapta yaygınlaşan sosyal girişimcilik kavramı, Türkiye'de de her geçen yıl daha fazla destek ve paydaş ile büyüyor. Pandemi döneminde toplumsal dayanışma ve artan ihtiyaçlar da sosyal girişimlerin ne kadar hayati önemde olduğunu gün yüzüne çıkarmış oldu. Türkiye'de 'sosyal girişim alanında verilen destekleri ve öne çıkan sosyal girişim örneklerini sizin derledik.



Goyomod, firmaların herhangi bir teknik desteğe, yazılımcıya ve web tasarımına ihtiyaç duymadan üç dakika içinde e-ticaret sitesi kurmalarını sağlıyor. 2020 yılında yüzde 75 büyüyün şirket, 2021 ve 2022 yılları arasında farklı dil seçenekleri ile Avrupa ve Balkan ülkelerine girmeyi hedefliyor.



Dünyanın en büyük 10 uluslararası fuar organizasyonu şirketinden biri olan GL Events Exhibitions Türkiye Genel Müdürü Gülperi Erkanlı, teknolojinin pandemi döneminde fuarcılığı da dönüştüreceğini söylüyor. Erkanlı, "Fuarlar dijitalleşme konseptine hızlı bir uyum sağlayarak, hibrid bir modele evrilmek durumunda kalacak" diyor.

**5** Teknoloji elektroniğine kiralama imkanı

**6** KOBİ Gündemi

**8** **KAPAK KONUSU**

■ Sosyal girişim rüzgarı

**12** 'Yeşil Üretim Tesisi' olmaya hazırlanıyor

**14** "15 milyon TL yatırımlar yeni fabrika kuruyoruz"

**16** Üç dakika içinde internet sitesi kuruyor

**18** "Fuarçılık hibrit bir modele evrilecek"

**20** Restoranları online hale getiriyor

**21** 2021 yılı ilk dönem girişimleri belli oldu

**22** "Bach Çiçekleri terapisti olabilirsiniz"

**24** Kişiyi özel kuryeyi yurtdışına taşıyacak

**26** Yeni teknoloji ile ABD pazarına açılacak

**28** "Cironun yüzde 90'ı ihracattan gelecek"

**30** "Başta KOBİ'ler, ihracatçıyı dünyaya açıyoruz"

**32** Eğitime ücretsiz yazılım desteği veriyor

**34** "Küresel stratejii Türkiye'ye taşıdık"

**36** **Prof. Dr. Volkan Demir:** 2021 yılı finansal raporlama ve denetim süreci

**38** **Dr. Işıl Keskin Şahan:** Şirket Bilinci Olur da Bilinçaltı Olmaz mı?

**40** **Cem Ener:** Cloud teknolojilerine geçiş yapmak isteyen KOBİ'ler için tüyolar

**42** Vergi Takvimi



Güven Asa ve Asiltane markalarıyla zeytinyağı sektöründe varlık gösteren Güven Asa Üretim Tesisi, güneş enerjisi ile üretim yapmayı planlıyor. Asa & Asiltane Zeytinyağları Yönetim Kurulu Eş Başkanı Hasan İstikbal, "Yenilenebilir ve temiz bir enerji kaynağı ile çevreye zarar vermeden üretimimizi sürdüreceğiz" diyor.



Kişiyi özel kurye uygulaması Ulak, yeni geliştirdiği abonelik modeliyle yurtdışına açılacak. Ulak Yazılım Teknoloji A.Ş. Kurucusu Sabri Sami Tokel, "Yeni ürünümüzün beş yıl içerisinde tüm Türkiye'de ve Avrupa'da en az üç ülkede aktif olarak kullanıldığını görmek istiyoruz. Bunun için ilk adımımızı Londra'da atmaya planlıyoruz" diyor.



Pandemi döneminde herkesin gündemine giren PCR testlerini üreten yerli şirketlerden biri olan Bloeksen, koronavirüs pandemisinin başlangıcından bu yana Türkiye'ye 30 milyondan fazla test temin etti. Mutasyonlu yeni virüsün tanı süresini kısaltan bir teknoloji geliştiren şirket, 2021 yılında Amerika pazarına açılmaya hazırlanıyor.

# Teknoloji elektroniğine kiralama imkanı

Pandemide teknolojiye ulaşımın herşeyden önemli hale geldiği bir dönemde ortaya çıkan kiralabunu.com; bir, üç, altı ve 12 aya kadar tüketici elektroniği ürünlerinin kiralanabileceği bir platform olarak hizmet sunuyor. Bu alanda bir ilk olan platform, 2021'de bin 500 aboneye ulaşmayı, 2022 yıl sonunda ise 250 milyon TL 'lik cihaz havuzu oluşturmayı hedefliyor.

Pandemi döneminde iş modellerinin ve çalışma ortamlarının online'a dönmesi teknolojiye olan ilgiyi, ihtiyacı artırdı. Talebe karşın teknolojik ürünlerin fiyatlarının yüksek olması yeni bir girişime imza atılmasını sağladı. kiralabunu.com, pandemide teknolojiye ulaşımın her şeyden önemli hale geldiği bir dönemde ortaya çıktı. Simon Sinan Ventura, Cenk Yılmaz ve Alper Erdem tarafından kurulan kiralabunu.com, bu yılın başında hizmet vermeye başladı. Daha önce



SİNAN VENTURA

## Hedefi 1500 abone

Türkiye dinamik ve Asya ülkeleri gibi teknoloji sever ama alım gücü orta seviyede bir ülke. Bu nedenle kiralama sektörünün çok hızlı büyüyeceğini düşündüklerini söyleyen Ventura, Hem bireyselden hem de pandeminin etkisiyle KOBİ ve orta ölçekli işletmelerden talep geldiğini dile getiriyor. Ventura, "İşini dijitale taşıyanların teknolojiye olan bağlılığı artıyor. Pazar bu yıl daha da fazla şekillenecek, büyüklüğü ve potansiyeli ortaya çıkacak. Bizim platform olarak hedefimiz ise 2021 yılının ilk çeyreğinde toplam abone sayımızı 300'e çıkarmak, yılın sonunda ise bin 500 aboneye ulaşmak. Orta vadeli hedef ise, 2022 yıl sonunda toplamda 250 milyon TL 'lik cihaz havuzu oluşturmak" diye ekliyor.

e-ticaret alanında faaliyet gösteren çeşitli iş girişim tecrübeleri olan kurucu ortakların girişimi kısa sürede alanında uzman çalışanların eklenmesiyle büyüdü.

kiralabunu.com'un Kurucusu Sinan Ventura, tüketici elektroniği fiyatlarının arttığı ve ödeme seçeneklerinin de kısıtlı olduğu günümüz şartlarında kullanıcıların elektronik cihazlara kolay ulaşmasını he-

deflediklerini belirtiyor. kiralabunu'nun bir, üç, altı ve 12 aya kadar tüketici elektroniği ürünlerinin kiralanabileceği bir platform olarak hizmet sunduğunu söyleyen Ventura, "Ödeme adımı yalnızca bir aylık kira bedeli tahsil edildiğinde tamamlanıyor. Kiralama aşamasında ödeme adımının ardından kullanıcıların kimlik bilgileri ve Findeks kredi notu kontrol aşamaları geliyor. Maksimum 1 gün içinde bu aşamaların teyidini yapıp, kiralanan ürünü 3-5 iş günü içinde kullanıcıya ulaştırıyoruz" diye anlatıyor.

## İlk ayda yüksek talep

Kiralama modelinin yeni döngüsel ekonominin de bir parçası olduğunu ifade eden Ventura, dünyada Almanya ve ABD'de benzer platformların yaygınlaştığına dikkat çekiyor. Ventura, şunları anlatıyor: "kiralabunu.com'un şu anda Türkiye'de bir benzeri yok, o nedenle şu an belli başlı operatörlerin cihaz kampanyaları, kurumsal kiralama yapan belirli firmalar ve tüketici marketleriyle aynı pastayı paylaşıyoruz. Ama ihtiyaç devam ettikçe, kiralama da artacak. Hepimizin aldığı pay da, modeller de gelişecek. kiralabunu serüvenimizin ilk ayında 400 bin TL envanter değerine yakın teknolojik cihaz kiralama talebi aldık. Girişim henüz yeni olmasına rağmen günlük yeni üye sayısı oldukça yüksek; siteyi ziyaret eden müşterilerin satın almaya dönme oranı da hedeflerimizin üzerinde. Bu rakamlar da kiralama hizmetlerinin bir ay gibi kısa bir sürede benimsendiğini bize gösteriyor."



## Wish, Türkiye'ye entegre oldu



■ Mobil e-ticaret uygulaması Wish.com, Türkiye'nin önemli e-ticaret altyapı sağlayıcısı T-Soft'un kardeş markası ConnectProf ile entegre oldu. Wish.com, sadece ConnectProf ile yaptığı işbirliğiyle tek bir entegrasyon sayesinde şirketlere satış yapmak istediği her ülke ve bölge için yeni bir hesap oluşturmaya gerek olmadan 100'den fazla ülkede satış yapma imkânına kavuşacak. Wish.com Türkiye Ülke Hesap Yöneticisi Damla Kaçar, Wish'deki satış başarısının en büyük etkeninin algoritma olduğunu belirtiyor. Kaçar şöyle konuşuyor: "Wish üzerinde çalışan bu özel algoritma sayesinde başarı, tüketicinin ürüne dair arama yapması üzerine kurulu değil. Ürünler kişilerin özelliklerine göre satın alma potansiyeli en yüksek olan kişilere gösteriliyor. Sadece bu algoritmaya dayalı satış başarısı, toplam satışların yüzde 70'inden fazlasını oluşturuyor."

## BEBKA girişimci ile yatırımcıyı buluşturacak

■ Eskişehir ve Bilecik'te girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi ve inovatif iş fikirlerinin hayata geçirilmesi için girişimcilere destek amacıyla tasarlanan Eskişehir 2021 SeedUP İnovatif Girişimcilik Programı için başvurular başladı. Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA) ev sahipliğindeki program, Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Teknik Üniversitesi ARİNKOM TTO, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi Uygulama ve Araştırma Merkezi (ETTOM) ve Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi TTO işbirliği ile yürütülecek. Programın Eskişehir ya da Bilecik'te ikamet eden ya da eğitim gören, inovatif iş fikirleri olan girişimciler için oluşturulduğunu belirten BEBKA Genel Sekreteri M. Zeki Durak, "Girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirerek ticarileştirmeleri ya da firmalarını kurmaları için eğitim ve mentorluklar ile desteklenerek takip edilecekleri uzun dönemli bir program oluşturduk. Bölgede inovatif iş fikirlerinin hayata geçirilmesi noktasında firma kurmak için gerekli desteğin sağlanması ile inovatif girişim sayısının artması ve sürdürülebilirliklerinin sağlanmasını hedefliyoruz" diye konuştu.



## Türk Girişimciler, Körfez fonları ile bir araya geldi

■ T.C Yatırım Ofisi Başkanlığı ve Dubai Türkiye Başkonsolosluğu, Türkiye'de gün geçtikçe gelişen girişimci ekosistemine katkı sunmak hedefiyle, büyüyen Türk girişimciler ile Körfez bölgesindeki erken aşama yatırım fonlarını online bir etkinlikte bir araya getirdi. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi



ev sahipliğinde düzenlenen organizasyona T.C Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkanı Ahmet Burak Dağlıoğlu ve T.C Dubai Başkonsolosu İlker Kılıç'ın yanı sıra Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Finansal Yatırımlar Müdürü Ahmet Cüneyt Selçuk, 10 ayrı Türk girişimci ve Körfez bölgesinde faaliyet gösteren 25'in üzerinde erken aşama yatırım fonu temsilcisi katıldı. Organizasyon moderasyonunu ise Ersoy Erkazancı gerçekleştirdi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Teknolojinin en büyük sermayesi üretken zihinlerdir." sözüne atıfta bulunan Dağlıoğlu, Yatırım Ofisi olarak, uluslararası yatırımcılar ve Türk girişimciler arasında bir köprü görevi görerek Türkiye'deki teknoloji ekosistemini desteklediklerini belirtti. Ayrıca, Körfez bölgesindeki yatırım fonlarını paydaşı oldukları dünyanın en büyük havacılık, uzay ve teknoloji festivali olan Teknofest kapsamında düzenlenen Takeoff Uluslararası Girişim Zirvesi'ne davet etti.



## Malwation 7 milyon değerleme ile yatırım aldı

■ Teknopark İstanbul'un kuluçka merkezi Cube Incubation'da zararlı yazılım analizi ve geliştirilmesi alanında yeni nesil teknolojiler üzerinde çalışan Malwation 7 milyon değerleme ile tohum yatırımına imza attı. 8 kişilik genç ekip; iş insanı Sertaç Özinal ve Alesta Yatırım'dan aldıkları ilk tohum yatırımını pazar faaliyetlerini güçlendirmek ve global arenada adından söz ettirecek bir ürün geliştirmek üzere değerlendirmeyi hedefliyor. Malwation'ın siber güvenlik operasyonları yürüten tüm kurum ve kuruluşlarda kullanılmak üzere geliştirdiği AIMA ve MSP ürünlerinin Türkiye'de herhangi bir alternatifi bulunmuyor. Ürünler yenilikçi özellikleriyle de global arenada rakiplerinden sıyrılıyor. Aldıkları yatırıma yönelik değerlendirmelerde bulunan Malwation Kurucu Ortağı Kağan Işıldak, "Malwation olarak geliştirdiğimiz ürünler sayesinde aldığımız bu ilk tohum yatırımı için oldukça heyecanlıyız" dedi.

## 50 KOBİ'ye 1,5 milyon TL'lik destek

■ TÜRKONFED, iş dünyasında birlikte çalışma kültürünün geliştirilmesi, KOBİ'lerin doğal afetler ve pandeminin ekonomik etkilerine karşı dayanıklılıklarının artırılması hedefiyle Hollanda merkezli sivil toplum kuruluşu SPARK iş birliği ile "Dayanıklı KOBİ'ler, Güçlü Yarınlar" projesini hayata geçirdi. Türkiye'de faaliyet gösteren 25 Türk, 25 Suriye sermayeli olmak üzere toplam 50 KOBİ'nin seçileceği projede, katılımcılar sekiz ay boyunca çeşitli eğitimlerin yanı sıra eşleştirme ve koçluk toplantılarına da katılacak. Katar Kalkınma Fonu tarafından finanse edilen proje kapsamında, dijital dönüşüm süreçlerinin iyileştirilmesi ve projenin eğitim süreçlerinde belirlenen altyapı eksikliklerinin giderilmesi amacıyla her bir katılımcı firmaya 30 bin TL olmak üzere toplam 1,5 milyon TL fon sağlanacak. Proje için son başvuru tarihi ise 26 Şubat 2021.



## Girişimler için Boostcube destek ofisleri

■ Teknopark İstanbul'un Kuluçka Merkezi Cube Incubation girişimcilere sağladığı desteklere bir yenisini ekleyerek derin teknoloji geliştiren ve hızlı ölçeklenme potansiyeline sahip girişimlerin iş geliştirme ihtiyaçlarını karşılamak için Boostcube destek ofislerini açıyor. "Teknopark İstanbul olarak kuluçka merkezimizle girişim ekosistemini dönüştürüyoruz." diyen Teknopark İstanbul Genel Müdürü Bilal Topçu Boostcube ile girişimlerin aslında en çok zorlandıkları iş geliştirme faaliyetlerinde yanlarında olabileceklerini ifade ediyor. Cube Incubation açacağı 8 Boostcube destek ofisiyle girişimlere; satış, pazarlama, tasarım, mentorluk ve danışmanlık, finans, muhasebe, insan kaynakları ve hukuk gibi kritik konularda profesyonel destek sunarak; iş kurma ve yürütme, marka kimliği oluşturma, başarılı iş planları/iş modelleri oluşturma, sunum becerilerini geliştirme, yatırıma ulaşma, satışlarını arttırma konularında gelişmelerine destek olacak. Cube Incubation'ın "Yeni bir yıl, yeni fikirler, yeni destekler" anlayışı ve #discoverthecube mottosu ile 2021 yılında uygulamaya geçireceği desteklerin girişimcilik ekosistemine yeni bir soluk getirmesi hedefleniyor.



## ScaleUp üçüncü dönem başvuruları başladı

■ Endeavor Türkiye tarafından gerçekleştirilen ScaleUp Hızlandırma Programı'nın üçüncü dönem başvuruları başladı. P&G işbirliğiyle gerçekleştirilen girişim hızlandırma programında, strateji ve iş geliştirme mentörlüklerinin yanı sıra Endeavor uluslararası network'üne erişim fırsatları da sunuluyor. Endeavor ScaleUp Programı, ürün ve hizmetleri pazarda talep gören ve hızlı ölçeklenen, teknoloji odaklı Scale-up aşamasındaki girişimlerin ihtiyaçlarına yönelik olarak online gerçekleştirilecek. Son başvuru tarihinin 5 Mart 2021 olduğu ScaleUp Hızlandırma Programı'nda, 5 ay boyunca atölyeler, ihtiyaca yönelik birebir mentörlükler ve Endeavor'ın global ve yerel ağına erişim imkanı sağlanacak. Programa katılmak için en az bir sene önce kurulmuş ve yıllık en az 750.000 TL ciroya ulaşmış olmak veya 1.000.000 TL ve üzeri yatırım almış olma kriterleri aranıyor. Program boyunca Scale-up şirketlerin kurucu ve CEO'ları, atölye konu başlığına göre hukuk, teknoloji, ürün, markalaşma, yetenek, kültür ve yatırım konularında grup atölye çalışmalarına katılacaklar. Girişimciler, aynı zamanda genel strateji ve dikey uzmanlık konuları odaklı mentörlüklerle desteklenecek ve sadece kuruculara özel tasarlanmış "Founders Forum"larda benzer aşama girişimlerde yaşanan sorunları tartışma ve iş geliştirme fırsatları yakalayacaklar.

# SOSYAL GİRİŞİM RÜZGARI





*Dünyada İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan ve giderek küresel çapta yaygınlaşan sosyal girişimcilik kavramı, Türkiye'de de her geçen yıl daha fazla destek ve paydaş ile büyüyor. Pandemi döneminde toplumsal dayanışma ve artan ihtiyaçlar da sosyal girişimlerin ne kadar hayati önemde olduğunu gün yüzüne çıkarmış oldu. Türkiye'de 'sosyal girişim alanında verilen destekleri ve öne çıkan sosyal girişim örneklerini sizin için derledik.*

İnsanlık tarihinin etkileri itibarıyla bugüne kadarki en geniş coğrafyaya yayılan salgını olan Covid-19, gerek toplumsal hayatta gerekse iş hayatında derin izler bıraktı. Pandeminin damga vurduğu 2020 yılı tüm ülkeler için toplumsal dayanışma ve uyum açısından bir sınav haline geldi. Son yıllarda pek çok ülkede yaygınlaşan sosyal girişimler, yani kar amacından önce toplumsal sorunları ve sıkıntıları çözmeyi hedefleyen girişim modeli, pandemi döneminde daha da artan bir ilgiyle büyüdü. Türkiye'de de dünyada olduğu gibi bir sosyal girişim rüzgarı esiyor. Bu ayki kapağımızda 'sosyal girişim' kavramını, Türkiye'de bu alanda verilen destekleri ve öne çıkan sosyal girişim örneklerini sizin için derledik:

#### NASIL ORTAYA ÇIKTI?

İkinci Dünya Savaşı'na dek uzanan sosyal girişimcilik kavramının uygulama boyutu, 70'li yıllarda Bangladeşli ekonomi profesörü Muhammed Yunus'un 1974 yılında hayata geçirdiği sosyal girişim ile küresel çapta etki yarattı. Yunus'un uygulamaya taşıdığı sosyal girişimcilik kavramı, ona bu alanda 2006 Yılı Nobel Barış Ödülü'nü getirdi. Bu hayırseverlik hareketi; 1980 yılında Bill Drayton isimli bir Amerikalı tarafından "sosyal girişimcilik" olarak adlandırılmasıyla hem değişim hem de farkındalık yarattı. Küresel olarak sosyal girişimcilik alanında çalışan ilk ve en önemli kuruluş Ashoka. Bu kuruluş, Bill Drayton tarafından 1980'de Washington DC'de kuruldu. Ashoka, her yıl Sosyal Girişimcilik Günü etkinliğini düzenleyerek ekosistemdeki tüm aktörleri, sosyal girişimciliğe ilgi olanları ve özel sektörle kamuyu bir araya getiriyor.

#### YÜZDE 55'İ KADIN

"Hayırseverliğin" yüzyıllardır derin temellere sahip olduğu Türkiye'de de 'sosyal girişim' kavramı son yıllarda giderek artan bir ilgi ile karşılanıyor. Özellikle kadın girişimcilerin bu alandaki yoğun çabaları dikkat çekiyor. 'Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu' Araştırma Raporu'na göre sosyal girişim liderlerinin ya da yöneticilerinin yüzde 55'ini kadınlar oluşturuyor.

British Council ve İstasyonTEDÜ'nün liderliğinde, TED Üniversitesi, Ashoka Türkiye, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu, Mikado Danışmanlık ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden araştırmacılar tarafından hazırlanan 'Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu' araştırma raporu, Türkiye'deki sosyal girişim liderlerinin yüzde 47,28'inin 35 yaşın altında olduğunu ortaya koyuyor. Raporun

### SİBEL KAYA / GARANTİ BBVA KOBİ BANKACILIĞINDAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

#### "BBVA MOMENTUM İLE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE DESTEK VERDİK"

"Garanti BBVA olarak, sosyal girişimcilerin hem yatırımcılar hem de girişimcilik ekosisteminin diğer aktörleriyle bir araya gelerek iş birliği geliştirmeleri konusunda fırsat yakalamalarına önem veriyoruz. Türkiye'de sosyal girişimcilik alanına özel olarak tasarlanan ve bir finans kurumu tarafından yürütülen ilk ve tek sosyal girişimcilik destek programı olan BBVA Momentum'u düzenledik. Çeşitli alanlarda faaliyet gösteren ve sürdürülebilir iş modelleriyle yüksek sosyal etki yaratmayı hedefleyen girişimcileri destekledik. Sosyal girişimcileri, sürdürülebilir iş modeli oluşturmaları, işlerini büyütmeleri, yarattıkları sosyal faydayı arttırmaları için destekliyoruz. 2007 yılından bu yana gerçekleştirdiğimiz Türkiye'nin Kadın Girişimci Yarışması'nda ise Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi'ni seçiyoruz. Her yıl artan sayıda başvuru gelen bu kategoride bir sosyal sorunun veya ihtiyacın farkına varan, girişimcilik anlayışıyla ürettiği çözümlerle sosyal değişim yaratmayı hedefleyen adayların başarılarına ışık tutuyoruz. Desteklediğimiz sosyal girişimlere E-cording, Ottan, Engelsiz Çeviri, Es Kariyer ve Sosyal Ben'i örnek olarak verebiliriz."



önemli bir diğer sonucu da, Türkiye'deki sosyal girişimlerin çoğuna kadınlar liderlik ediyor olması. Rapora göre, sosyal girişim liderlerinin ya da yöneticilerinin yüzde 55'ini kadınlar oluşturuyor. Bu tablo, sosyal girişimlerin, Türkiye'de kadın girişimciliğinin geliştirilmesine ve kadınların güçlendirilmesine doğrudan bir katkı sağladığına işaret ediyor. Dolayısıyla bu alanın desteklenmesi, Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlendirilmesine doğrudan fayda sağlayacak bir etkiye sahip.

### KURUMLARDAN DESTEK

Türkiye'de sosyal girişimcilğe destek veren kuruluşların sayısı da her geçen gün artıyor. Zorlu Holding'in sosyal inovasyon platformu imece, 'nitelikli eğitim', 'toplumsal cinsiyet eşitliği' ve 'eşitsizliklerin azaltılması' başlıklarında, sosyal problemlere yaratıcı şekilde sürdürülebilir çözümler geliştiren birey ve kurumları destekliyor. Öte yandan imece platformu, gençleri odağına alan açık sosyal inovasyon laboratuvarı imeceLAB'i bu yıl hayata geçirdi. Komünitesindeki lise ve üniversite öğrencileriyle beraber geliştirdiği

programda gençler öğrenme sürecinde birbirlerine katkıda bulunurken; sosyal, kültürel ve çevresel meselelere çözüm arıyorlar. Platform farklı sektörlerden kurumların çözüm üretme süreçlerine açık. Esas Holding çatısı altında kurulan Esas Sosyal de, 2015-2020 dönemi için gençler ve istihdam alanına 20 milyon TL ayırdı. Bu desteklerden biri olan İlk Fırsat Programı, devlet üniversitelerinden yeni mezun gençlerin maaşlarını karşılayarak, Türkiye'nin önde gelen STK'larında 12 ay tam zamanlı olarak ilk iş deneyimlerini edinmeleri sağladı.

Kale Grubu da, 2016 yılında hayata veda eden onursal başkan İbrahim Bodur'un anısını ve değerlerini yaşatmak için her yıl İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü veriyor. İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü, yaşadığı dünyaya ve çevreye karşı kendini sorumlu hisseden ve bu uğurda yaşamları iyileştirmek için harekete geçme cesaretini gösteren sosyal girişimcilerin önünü açmak veriliyor. PwC Türkiye'nin de parçası olduğu PwC Avrupa ise, sosyal girişimciliğin gücüne ve önemine dikkat

çekerek, farkındalık yaratmak amacıyla sosyal girişimcileri desteklediği Social Impact Lab (Sosyal Etki Laboratuvarı) yarışması düzenliyor. Yarışmaya start up'lar ve scale up'lar katılabiliyor. Kâr etmeyi amaçlamakla birlikte elde ettiği kârı, topluma fayda üretmek için kullanan sosyal girişimciler PwC Sosyal Etki Laboratuvarı yarışmasına başvurabiliyor. PwC'nin ofis imkânlarından faydalanabilecek start up için 5 bin Euro, scale up için 10 bin Euro ödül veriliyor.

Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF) da Koç Üniversitesi lisans öğrencilerine sosyal etki konulu dersler veriyor. Bununla birlikte KUSIF bünyesinde, sosyal girişimcilik fikirleri olan lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyindeki Koç Üniversitesi öğrencilerini geleceğin sosyal girişimcileri yapmayı hedefleyen Sosyal Etki Laboratuvarı hayata geçirildi.

Türkiye'de her biri toplumsal ihtiyaçları iyi tespit etmiş ve kendi alanında önemli boşlukları dolduran sosyal girişimler bulunuyor. Öne çıkan sosyal girişimler ise şöyle:

### ES KARIYER

ES Kariyer sadece engellilere sürdürülebilir istihdam sağlamayı hedefleyen bir danışmanlık şirketi. Amacı, STK'lar ile gönüllü çalışmalar yapıp, iş hayatını tanıtmak, engellileri mülakatlara ve kurumsal şirketlere hazırlamak. Bu sayede engelli kişilerin kendilerine güvenlerinin artması ve çalışabilmeleri için herhangi bir engellerinin olmadığını fark etmelerini sağlıyor.

### HELP STEPS

Help Steps adım atma uygulaması kullanıcıları sağlıklı yaşama yönlendirirken bu hedefi bağlı motivasyonu da destekliyor. Help Steps uygulamasını indiren kullanıcılar cep telefonları cebindeyken tüm gün her zamanki gibi yürüyor. Bu adımlar aynı zamanda bir adımsayar olan Help Steps uygulamasında birikiyor. Adımları HS

puanına dönüşen kullanıcılar bu puanları isterse biriktiriyor ya da ihtiyaç sahibi bireysel yararlanıcılar veya sivil toplum kuruluşlarına bu uygulama üzerinden bağışlıyor.

### OTSİMO

Özel eğitim ihtiyacı olan çocuklara yönelik hazırlanmış eğitsel oyunlar üreten Otsimo sosyal girişimi, otizm, down sendromu gibi özel durumlara sahip çocuklara ücretsiz eğitsel oyunlar



hazırlıyor ve ebeveynler için çocuklarının gelişimlerini takip edebilecekleri kontrol sistemi sunuyor.

### ADIM ADIM

Bireylerin ve kurumların spor yoluyla toplumsal dayanışmaya destek olmalarını sağlayan Adım Adım Başta koşu olmak üzere yüzme, bisiklet, dağcılık gibi dayanıklılık gerektiren sporlar aracılığıyla ülkemizin önemli sosyal sorumluluk projelerine maddi kaynak ve tanıtım desteği sağlıyor. Adım Adım sosyal girişimi, yardımseverlik koşusu yapmak isteyen sivil toplum kuruluşlarını ve gönüllüleri bir araya getiren platformlar kuruyor, yönetiyor ve geliştiriyor.

### ECORDING

Bireysel ve kurumsal çevre bilincini arttırmaya yönelik teknolojiler geliştiren ve insanların günlük hayatları içerisinde

uyguladıkları aktivitelere çevreye duyarlı çözümler sunan ecording, iklim değişikliği sorunlarıyla karşı karşıya kalan kırsal bölgelerde kadınların hazırladıkları tohum toplarını drone ile fırlatıp, ulaşılması zor alanları ağaçlandırarak iklim değişikliği ve kadın istihdamı konularına aynı anda çözüm geliştiriyor. 17 Küresel Amaçtan “Eşitsizliklerin Azaltılması”, “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği”, “Karasal Yaşam” ve “İklim Eylemi” amaçları doğrultusunda çalışmalar yürütüyor.

### ■ E-BURSUM

Öğrenci ve burs veren arasında online platform üzerinden kolay, ulaşılabilir, güvenilir ve sürdürülebilir bir ilişki kurulmasını sağlayan E-Bursum, Türkiye’de burs veren kurumlar ve burs arayanları bir araya getirirken eğitimde fırsat eşitliğine katkı sağlıyor adil, şeffaf ve demokratik bir burs sistemi niteliği taşıyor.

### ■ FAZLA GIDA

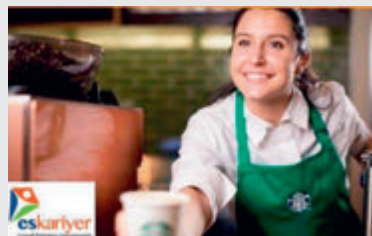
Satılmayan gıdalarınızı değerlendirmenize yardım eden, atıl ürünlerinizi ekonomiye, çevreye ve topluma kazandıran Fazla Gıda sosyal girişimi, Küresel Amaçlar içinden “İklim Eylemi”, “Açlığa Son” ve “Sorumlu Üretim ve Tüketim” amaçlarını odağına alarak çalışmalarını devam ettiriyor. Ayrıca Fazla Gıda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı(UNDP) tarafından desteklenmek üzere dünya çapında seçilen 9 girişimden biri oldu.

### ■ EVREKA

Akıllı atık toplama ve şehir temizleme işlemleri için kapsamlı çözüm sunan Evreka, yalnızca Türkiye’de değil, dünyada da 20 ülkede aktif olarak faaliyet gösteren bir sosyal girişim haline gelmeyi başardı. “Erişilebilir Temiz Enerji”, “Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı”, “Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar”, ve “Sorumlu Üretim ve Tüketim” amaçları odağında çalışmalarına devam ediyor.

### ■ TEYİT.ORG

Yaygın bilinen yanlışlardan, sosyal



medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere birçok alanda doğrulama yaparak internet kullanıcılarının doğru bilgiye ulaşmasını sağlayan bir sosyal girişim ise teyit.org. Birincil haber kaynağı olarak interneti kullanan yurttaşların ve sivil toplum örgütlerinin çevrimiçi platformlarda hangi bilginin doğru, hangisinin yanlış olduğunu öğrenmesini sağlıyor. teyit.org eleştirel düşünme alışkanlığını kazandırmayı ve yeni medya okuryazarlığını artırmayı amaçlıyor.

### ■ KIZLAR SAHADA

Kızlar Sahada sosyal girişimi “Yapamazsın” diye kodlanan toplumsal cinsiyet kalıplarını kırmak, kız çocuklarını ve her yaşta kadını futbol yoluyla güçlendirmek için futbol okulları açıyor, turnuvalar düzenliyor ve sosyal gelişim kampları ile eğitim imkanları sunuyor.

### ■ KODA

Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)’nın hayali, köylerde insanın yaşam boyu bütünsel gelişimine olanak veren eğitim ekosistemleri oluşturmak. KODA’nın bu vizyon çerçevesinde iki temel amacı var. Bunlar; köy okulları için yeni bir eğitim vizyonu oluşturmak ve sürdürülebilir ve daha derin etki için bu yeni vizyon çerçevesinde köy öğretmenlerini güçlendirmek. 2016 yılından bu yana bin 200’den fazla öğretmen ve öğretmen adayını güçlendirerek 13 binden fazla çocuğun daha iyi bir eğitim alması sağlandı.

### ■ ANLATAN ELLER

Anlatan Eller, Türk İşaret Dili (TİD) desteği ile sağır topluma eğitim veren sosyal girişim. Sağır bireylerin eğitimde yaşadıkları fırsat eşitsizliklerine 19 Aralık 2016 tarihinden bu yana TİD destekli eğitimleri ile çözümler getiriyor. Sağırın eğitim ve istihdam olanaklarını artırmak için sağırlara ve işitenlere yönelik kapasite gelişimini destekliyor; kişisel ve kurumsal düzeyde eğitimler düzenleyip yeni yöntemler geliştiriyor. Sağır için eşit iletişime dayalı alternatif eğitim alanları oluşturuyor.

# 'Yeşil Üretim Tesisi' olmaya hazırlanıyor

Güven Asa ve Asiltane markalarıyla zeytinyağı sektöründe varlık gösteren Güven Asa Üretim Tesisi, güneş enerjisi ile üretim yapmayı planlıyor. 500 bin Euro'luk bir yatırım ile 'Yeşil Üretim Tesisi' olmayı hedeflediklerini söyleyen Güven Asa & Asiltane Zeytinyağları Yönetim Kurulu Eş Başkanı Hasan İstikbal, "Yenilenebilir ve temiz bir enerji kaynağı ile çevreye zarar vermeden üretimimizi sürdüreceğiz" diyor.

Zeytin ve zeytin ağacına olan tutkulu pek çok kişi var. Çünkü zeytin öyle bir meyve ki; sahip olduğu mucizevi etkisiyle her derde deva olma özelliği taşıyor. Hasan İstikbal ve Güven Asa da 2009 yılında bu mucizevi değere sadece tutkuyla bağlanmakla kalmayıp, hayata ve gelecek nesillere de fayda sağlamayı amacıyla zeytinyağı işine giriyor. Butik bir üretim tesisi ile girdikleri bu yolda; Güven Asa ismiyle yarattıkları markayı daha da büyümeye odaklanıyorlar. 5 yıllık süre zarfında, üretimlerini sürdürürken 'Zeytinyağını daha iyi ve en iyi şekilde nasıl üretebiliriz?' sorusuna da yanıt arıyorlar. Türkiye'nin ilk ve tek A+ zeytinyağı üretim tesisi olan Güven Asa Zeytinyağı Tesisi'ni Balıkesir, Gömeç'te hayata geçiriyorlar. 'Asiltane' ise bu köklü ve devasa çatı altında 2019 - 2020 üretim sezonunda hayata geçirdikleri markaları.

Yurtdışından edindikleri bilgi, teknoloji ve donanım ile 2014'te Türkiye'nin sektördeki en büyük yatırımlarından birini gerçekleştirdiklerini söyleyen Güven Asa & Asiltane Zeytinyağları Yönetim Kurulu Eş Başkanı Hasan İstikbal, "2014 yılında 10 milyon doların üzerinde Türkiye'nin sektördeki en büyük yatırımlardan birini, Güven Asa Üretim Tesisi'ni hayata geçirdik. Son üç yılda ise 11 milyon TL'lik ek yatırımımızla daha da kusursuz bir üretimi hedefledik" diyor.

Güven Asa Üretim Tesisi 2021'de sürdürülebilirlik konsepti kapsamında, güneş enerjisi ile üretim yapmaya başlamayı planlıyor. 500 bin Euro'luk bir yatırım ile 'Yeşil Üretim Tesisi'

olma hedefi ile ilerlediklerini de vurgulayan Hasan İstikbal, "Yenilenebilir ve temiz bir enerji kaynağı ile çevreye zarar vermeden üretimimizi sürdüreceğiz" diye ekliyor.

## 600 ton sıkım

Güven Asa Üretim Tesisi 11 bin metre-kare kapalı, toplam 23 bin metre-karelik bir alanda günlük 600 ton sıkım ve 3 bin ton depolama kapasitesine sahip. Doğa ile uyumlu, son teknoloji iki faz 'ekolojik' sistemler ile zeytinyağı üretimi gerçekleştirdiklerini ifade eden Hasan İstikbal, "Üretime giren zeytinleri Türkiye'de ilk ve tek olan çift yıkama işlemi

ile temizliyoruz. Böylelikle, temiz üretimin yanı sıra zeytin tanelerindeki tarımsal kalıntıları minimum seviyeye getirerek, sağlığa en uygun olacak şekilde üretim yapıyoruz. Yani sıra, yine Türkiye'de ilk ve tek olarak kullanılan Osmoz Su Arıtma Sistemi ile zeytinlerimiz içme suyu kalitesinde iki defa yıkıyor. Bu temizleme sürecinin ardından zeytinler sıkım işlemine geçiyor" diye anlatıyor.

## Soğuk depolama

Zeytinyağının üretimi kadar depolama şartları da bir o kadar önemli. Üretim tesisinde, Türkiye'de ilk ve tek olarak hayata geçirilen, yerin 7 metre altında 18°C - 22°C aralığında özel korumalı ve iklimlendirmeli depolama alanları mevcut. Bu sayede, zeytinyağının tazeliği ve kalitesinin uzun süre korunması da maksimum seviyede tutuluyor. Şişelerin dolum işlemleri ise otomatik dolum hatlarında el değmeden gerçekleştiriliyor ve ardından kalite-kontrol noktalarında kontrol ediliyor. Üretime başladıkları yıldan bu yana, yetkilendirilmiş uluslararası sertifikasyon kuruluşlarının girdi denetimleri sonucunda, dokuz ayrı uluslararası 'High Level' kalite belgesine layık görüldüklerini de dile getiren Hasan İstikbal, "Tüm ürünlerimizi kendi bahçelerimizden topladığımız zeytinlerden üretiyoruz. Hasat döneminde, sözleşmeli olarak 500-600 kişi ile dönemsel olarak çalışıyoruz" diyor.

## Hızlı üretim

Şirket üretimlerini Edremit zeytinlerin-

## Cirosu 65 milyon TL

2020-2021 sezonunda, satış ve pazarlama kadrolarında ciddi oranda bir yapılanma gerçekleştirdiklerini söyleyen Hasan İstikbal, "Yurt içinde geleneksel pazarda daha geniş çaplı yer alma ve yüzde 65 oranında bir büyüme hedefimiz var. Yıllık ortalama 65 milyon TL'lik ciromuz bulunuyor. Güven Asa ve Asiltane markalarımızla büyümemizi sürdürüyoruz. Satış kanallarımız gün geçtikçe genişliyor ve e-ticaret sitelerimizin yanı sıra, geleneksel kanallar ile de tüketicilerimize ulaşıyoruz" diye ekliyor.



HASAN İSTİKBAL

den gerçekleştiriyor. Bu yıl ikincisini gerçekleştirdikleri AR-GE çalışması özelliği taşıyan ürünleri olduğundan da bahseden Hasan İstikbal, şunları anlatıyor: “Türkiye’de başka bir örneği olmayan Asiltane ‘Limited’ Özel Hasat yağımızın bu yıl ikinci serisini tüketicilerle buluşturduk. Geçen yıl olduğu gibi, bu yıl da 27 Eylül-15 Ekim 2020 tarihleri arasında noter huzurunda gerçekleştirdiğimiz, en kısa 128 dakikada ve en uzun 164 dakika içerisinde hasat edilerek üretilip şişelendi. Aynı üretim prosesimizi Güven Asa ve Asiltane’nin tüm soğuk sıkım ürünlerinde de hassasiyetle uyguluyoruz. Gömeç, Burhaniye ve Ayvalık’ta bulunan bahçelerimizden topladığımız zeytinlerimizi maksimum 5 saat içinde zeytinyağına dönüştürerek şişeliyoruz.”

#### Online satış arttı

Güven Asa markası özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir’de birçok markete yer alıyor. Aynı şekilde Asiltane markası da seçkin satış noktalarında bulunuyor. Satış kanallarının gün geçtikçe genişlediğini, e-ticaret sitelerinin yanı sıra geleneksel kanallar ile de tüketicilere ulaştıklarını söyleyen

Hasan İstikbal, şöyle devam ediyor: “E-ticaret/online satışların pandemi dönemde artış göstermesiyle tüketiciler daha araştırmacı oldu. Daha bilinçli alışveriş yapar hale



geldiler. Her iki markamızda da perakende ve online satışlarımız yüzde 350 oranında artış gösterdi. 2021’de perakende ve online satışlarımızda yüzde 150 oranında büyüme hedefimiz bulunuyor.”

#### Zeytinyağı tüketimi

Türkiye’de ortalama yıllık 200 bin ila 300 bin ton zeytinyağı üretimi gerçekleştiriyor. Bunun 160 bin tonunu ülkemizde tüketiyoruz, geri kalan miktarını ise ihraç ediyoruz. Türkiye’nin son yıllarda dünyada kullanımı hızla artan zeytinyağı üretiminde büyük bir ivme yakaladığına dikkat çeken Hasan İstikbal, şöyle devam ediyor: “Şu bir gerçek ki, Türkiye gerek iklimsel koşulları, gerekse coğrafi konumu ile zeytin tarımına oldukça elverişli tarımsal alanlara sahip. Dolayısıyla, ülke olarak orta ve uzun vadede İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi ülkeler arasında olabiliriz. Bunun için öncelikle, doğru tarım uygulamalarının desteklenmesi ve denetlenmesi gerekiyor. Diğer yandan, ülke olarak markalaşma ve pazarlama süreçlerini çok daha etkin ve kapsamlı bir şekilde yapmamız gerekiyor. Markalaşmak için ambalajlı satışların artırılması, Türk markalarının uluslararası imajı güçlendirilmeli ve bunun için de düzenlenen uluslararası fuarlarda yer alınmalı.”

# “15 milyon TL yatırımla yeni fabrika kuruyoruz”

Trabzon'da marangozlukla başlayan girişim hikayesi bugün üçüncü kuşağın yönetimindeki Albox markası ile Fransa'dan ABD'ye kadar dünyanın birçok ülkesine ulaştı. Albox Yönetim Kurulu Başkanı Olgun Sağlam, “Ataşehir'deki fabrikamızı 15 milyon TL yatırımla Kurtköy, Tuzla bölgesine taşıyacağız ve 10 bin metrekarelik bir alanda 100 kişilik istihdam yaratacağız” diyor.

Türkiye modüler mutfak ve banyo sektör büyüklüğü 1 milyar dolara ulaştı. Pazarın yüzde 30'u markalı firmaların, yüzde 70'i ise kurumsal olmayan atölyelerin elinde. Gelişime açık bu pazara marangozlar hakim. Bu pazarda atölye ile başlayıp dünyaya açılan girişim hikayeleri de mevcut. Girişimci Ali Sağlam'ın Trabzon'da marangozlukla başlayan girişim hikayesi bugün Albox markası ile Fransa'dan ABD'ye kadar dünyanın birçok ülkesine ulaşmış durumda. Yılda 8 bin adet kapı, 4 bin adet mutfak ve banyo dolabı üreten marka, otelden başkonsolosluk ofisine, şarap kavından ev tasarımına kadar önemli ve niş projelere hizmet veriyor. Markanın gelişim öyküsünü üçüncü kuşak temsilcisi Albox Yönetim Kurulu Başkanı Olgun Sağlam ile konuştuk.

## Şirketinizin kuruluş hikayesinden bahseder misiniz?

Demem Ali Sağlam'ın öncülüğünde kurulan markamızın öyküsü Trabzon'da başlıyor. Demem marangozluk işleriyle uğraşmış. Babam Osman Sağlam, babası Ali Sağlam'dan aldığı bir testere ve bir keser ile 1976 yılında mesleği icra etmeye başlıyor. Önce İzmit'te başlayan yolculuk, 1987'de İstanbul'da devam ediyor. Kadıköy'de inşaatların hızlandığı bir dönemde, ilk olarak 250 metrekarelik bir alanda inşaatların doğrama işlerini yapıyor. Ben de 14 yaşında babamın yanında çalışmaya başladım. 1991 yılında 250 metrekarelik atölyemizi iki katına çıkardık. Konut sektörünün hızlanmasıyla projeksiyon işlerine yöneldik. Bir evin kapılarından

## “Tasarıma odaklanmalıyız”

“Sektörümüzün en büyük sorunlarından bir tanesi KDV. KDV'deki farklı oranlar fiyatları oluştururken sıkıntı oluşturuyor. Aynı zamanda bütün ihracatçılar gibi kurun düşmesi ya da yükselmesinden ziyade istikrarlı olmasından yanayız. Tasarım, bu ülkenin bence öncelikli üzerinde durması gereken konuların başında. Geleneksellerimizi geleceğe taşıyabilecek tasarımlar ortaya koyabiliriz. AR-GE kısmında önemli bir noktaya geldik ancak tasarım kısmımızı da bir an önce çözmemiz gerek.”

mutfağına, banyosundan holdeki ahşap kaplamalarına kadar A'dan Z'ye tüm işleri yapar duruma geldik. Hatta size şöyle söyleyeyim, bilgisayarların iş hayatına daha



yenisi girmeye başladığı bir dönemde, çizim programları yokken excel üzerinde projeler çiziyorduk. 2006 yılında ise büyüyen yapımla birlikte kurumsallaşma çalışmalarımız başladı.

## Markalaşma süreciniz nasıl oldu?

Önce markamız için mekanlara yaşam katan markamız Albox'ın ismini bulduk. 'Al' kırmızısının enerjisini, yaşamı anlatıyor, 'Box' ise mekanları ifade ediyor. Bu süreçte biz bir yandan kendi markamızla tasarımlar sunarken, bir yandan da Almanya'nın en büyük mutfak üreticisinin Türkiye distribütörlüğünü de üstlendik. Distribütörlük, tasarım anlamında bize çok şey kattı. 2012'de ilk mağazamızı açtık. 2015 yılında da ilk ihracatımızı gerçekleştirdik. Markamızın temellerini attığımız atölyemiz hâlâ duruyor. Fabrikasyon üretim dışında, elle yapılması gereken, zanaat yönü yüksek tasarımları orada gerçekleştiriyoruz. Fabrikasyon üretim gerçekleştirdiğimiz bir fabrikamız daha var. O da Ataşehir'de. Bir tane de mağazamız bulunuyor. Aynı zamanda kırılmaz ve patlamaz cam üreticisi



OLGUN SAĞLAM

Almanya merkezli firmanın Türkiye'deki tek temsilcisiyiz.

### **Şirketinizi üretim kapasitesi, üretim yerinden söz eder misiniz?**

Şu anda fabrikamızda 50 kişilik bir ekibimiz var. Bahsettiğim üzere iki tane atölyemiz bulunuyor. Bir yılda 8 bin adet kapı, 4 bin adet mutfak ve banyo dolabı üretiyoruz.

### **Pandemi iş yapış süreçlerinize nasıl yansdı?**

2020 yılı sürpriz bir yıl oldu. Daha önce tecrübe etmediğimiz pandemiyle boğuştuk. Mart ayında Türkiye'de ilk vakanın görünmesiyle birlikte biz de diğer markalar gibi bekle ve gör sürecine girdik. Ancak nisan ayıyla birlikte beklentimizin üzerinde bir taleple karşılaştık. Gelen talepler daha çok dekorasyon, ev yenileme üzerine oldu. İnsanlar evde geçirdikleri süreçte konfor alanlarının kalitesini yenilemek, evlerinde yeni yaşam alanları oluşturmak istediler. Özellikle Bozcada, Fethiye, Bodrum gibi yazlık bölgelere çok fazla iş yapmaya başladık. Butik ve niş projelerde yer alan bir firmayız. Çok hızlı büyüme projeksiyonumuz yok, az ama öz işte yer almayı hedefliyoruz.

### **Büyüme hedefleriniz nedir? Yeni**

### **yatırım olacak mı?**

Önümüzdeki iki yılda Ataşehir'deki fabrikamızı Kurtköy, Tuzla bölgelerine taşımayı istiyoruz. Hedefimiz 10 bin metrekarelik bir alanda 100 kişilik bir istihdamla yol alabilmek. Fabrikanın yatırım maliyeti 15 milyon TL olarak görünüyor. Yine iki yıl içinde ihracat pazarımızı 10 ülkeye (burada ana hedef pazarlarımız Almanya, Hollanda, İsviçre ve Kanada) çıkarmayı hedeflerken, yurt içinde Ankara, Antep, İzmir ve Karadeniz'de toplam 6 bayilik vermeyi planlıyoruz. Hem yurt dışında hem de yurt içinde franchise sistemiyle büyüme arzusundayız. 2020'yi 50 milyon TL ciro ile kapattık. Her yıl yüzde 15 büyüyoruz. İhracatımız şu an 17,5 milyon TL. Bu yıl hedefimiz 75 milyon TL ciro.

### **Başlıca ihracat ürünleriniz ve ihracat pazarlarınızı hangileri?**

Rusya Soçi Kış Olimpiyatları ile başlayan ihracat serüveni, Fransa, İngiltere, Nijerya, ABD, Romanya, Kazakistan, Kıbrıs ile devam ediyor. Otelden başkonsolosluk ofisine, şarap kavından ev tasarımına kadar önemli ve niş projelerinde yer alıyoruz. Ciromuzun yüzde 35'ini ihracat oluşturuyor. Bunu ilk etapta yüzde 40, kademeli olarak da yüzde 60'lara çıkarmak istiyoruz. Kilog-

ram başına 30 dolarlık ihracat yapıyoruz.

### **İhracat hedefiniz nedir?**

İhracat rotamızı şu şekilde belirledik. Kesinlikle ağırlıklı olarak Avrupa pazarında büyümek istiyoruz. Çünkü Avrupalı firmalara göre çok daha kaliteli ürünleri, daha uygun fiyatlara ve daha hızlı sunuyoruz. Özellikle bu pazarda franchise yoluyla bayilikler açacağız. İhracatımızı mağazacılık yoluyla hızlandırmak gibi bir hedefimiz var. Yurt dışındaki güçlü rakiplerimize rağmen Türk ürünlerine karşı kötü algıyı yıkıp hedeflerimiz doğrultusunda ilerliyoruz.

### **Ürün gamınıza yeni ürünler eklediğiniz mi?**

Pandemiyle birlikte erkeklerin de mutfaka girmesi bizleri inovasyona yönlendirdi. Erkekler büyük mutfaklardan hoşlanıyor ve aynı zamanda her şey onların elinin altında olmalı. Dijital ekranlı kapaklarda video'larını izlerken yemek yapabilecekleri çok özel bir ürünümüzü yılın ikinci yarısında piyasaya sunacağız. Ofislerin evlere taşınmasıyla birlikte mutfak tezgahının altından çıkan çalışma masalarından nano teknolojisi sayesinde üzerinde mikrop barındırmayan, antibakteriyel mutfaklara kadar yeni modelleri ürün gamımıza ekledik.

# Üç dakika içinde internet sitesi kuruyor

Goyomod, firmaların herhangi bir teknik desteğe, yazılımcıya ve web tasarımcısına ihtiyaç duymadan üç dakika içinde e-ticaret sitesi kurmalarını sağlıyor. 2020 yılında yüzde 75 büyüyen şirket, 2021 ve 2022 yılları arasında farklı dil seçenekleri ile Avrupa ve Balkan ülkelerine girmeyi hedefliyor.

E-ticaret pandemi döneminin yıldızı parlayan sektörü oldu. Sektör 2020 yılında yüzde 65 büyüdü ve yılı 250 milyar TL hacimle kapattı. Bu rakamın 2021 yılında ise 400 milyarı geçmesi bekleniyor. Pandemi koşulları e-ticareti tüm şirketler için kaçınılmaz hale getirdi. E-ticaret alanında hiç deneyimi olmayan küçük ölçekli satıcılar bile internet sitesi kurmak için harekete geçti. Haliyle bu şirketlere alt yapı sağlayan girişimler de öne çıkmaya başladı. Goyomod da bunlardan biri. Girişim, e-ticaret sitesi açmak isteyen küçük ve orta ölçekli firmalar için hazırlan-

mış hazır e-ticaret sitesi temalarına sahip olan bir web yazılım uygulaması. Temelleri Suat Yüksek, Mustafa Murat Arslan ve Ramazan Toprak tarafından 2019 yılında atıldı. Üç girişimci farklı reklam ajanslarında ve markalarda edindikleri 15 senelik deneyimlerini birleştirerek Goyomod'u kurdu. Goyomod Kurucu Ortağı Suat Yüksek, "Daha önce de birlikte farklı markalar için projeler geliştirdiğimizden dolayı ekip dostluğumuz çok eski zamanlara dayanıyor. E-ticaret sektöründe deneyimli olduğumuzdan dolayı e-ticaret yazılımında yeni neler yapı-

biliriz diye bir araya geldik ve araştırma yapmaya başladık. Araştırmamızın sonrasında Goyomod projemiz için yazılım ve tasarım çalışmalarına başladık" diyor.

## Aylık kiralama modeli

Yurtdışı e-ticaret site pazarının genellikle hazır tema ve aylık kiralama modelleri üzerine kurulu olduğunu fark eden girişimciler Türkiye'de de benzer bir model kurmaya karar veriyor. Yurtdışı ve yurtiçi rakipleri inceledikten sonra projeyi bir yandan kodlarken bir yandan da geri bildirim almak üzere markalara 'Aylık kiralanabilir e-ticaret sitesine bakışınız nedir?' diye soran girişimciler, aylık kiralamada taahhütsüz bir modelin ilgi göreceğini fark ederek iş modelini buna göre kurguluyor.

Yaklaşık altı aylık yazılım ve tasarım süreci sonunda Goyomod Beta sürümünü

## İyi bir e-ticaret sitesi için beş kritik öneri

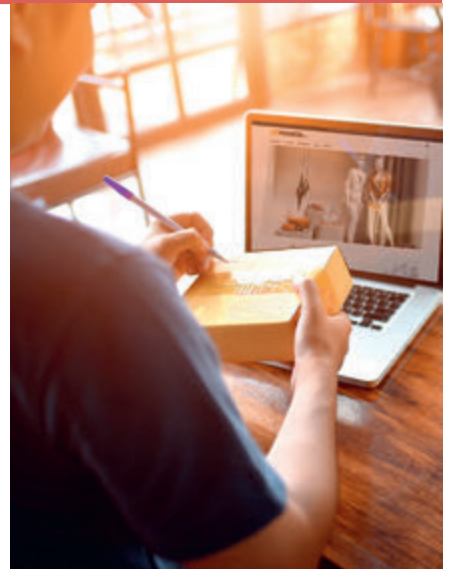
**1** İyi bir e-ticaret sitesinde en önemli özellik kullanımının kolay olması. Aynı zamanda sitenin tasarımı da müşteriye güven vermeli.

**2** Sitenin tasarımını yaparken müşterilerin sitenizi nasıl daha kolay kullanabileceklerini göz önüne almanız gerekiyor. Araştırmalar gösteriyor ki e-ticaret müşterileri, kullanımı kolay sitelerden daha fazla alışveriş yapıyor. Site tasarımınızın göze hoş görünmesi, renk seçimi, eklenecek sekmeler müşterilerinizin ilgisini çekmesi ve site üzerinden alışveriş yapmaya yönelmesi açısından oldukça önemli.

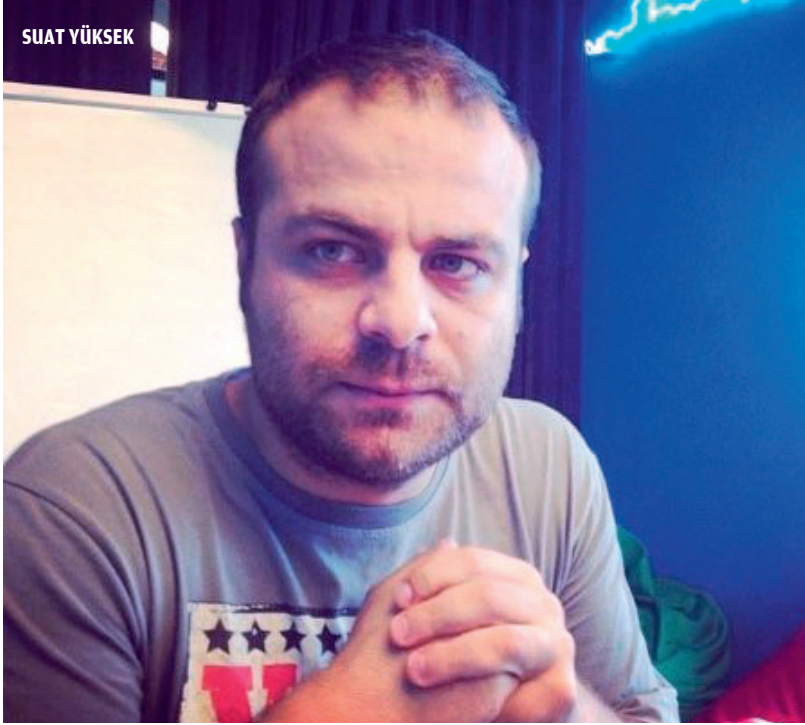
**3** Müşterilerin, ürünü kolay ve hızlı bulmalarını sağlamak için mutlaka ürün kategorileri oluşturulmalı. Sunulan bilgilerin doğru ve yeterli olmasına dikkat etmek gerekiyor. Ürünler açıklayıcı ve kaliteli fotoğraflar, kullanım alanları ve ürün tanımına yer verilmeli.

**4** Müşteri ilişkilerini geliştirmek ve kolaylaştırmak adına sitede müşterilerin soru sorabileceği, önerilerini aktarabileceği, canlı sohbet özelliği gibi bir iletişim sistemi kurgulanmalı.

**5** Bunlarla beraber, kolay ve hızlı işleyen ödeme sistemleri kurgulamak gerekiyor. Kolay ödeme gibi başlıklar müşterinin dikkatini çekebilir, ziyaretçileri müşterilere dönüştürebilirsiniz.







SUAT YÜKSEK

yayına alan girişimciler, ardından Ağustos 2019'da ikinci versiyonu ile kullanıcılarına kesintisiz hizmet vermeye başladı. Goyomod, e-ticaret sitesi açmak isteyen firmaların herhangi bir teknik desteğe, yazılımcıya ve web tasarımına ihtiyaç duymadan üç dakika içinde e-ticaret sitelerini hızlıca aktif hale getirebilmeleri için geliştirildi.

Şirketler 14 günlük ücretsiz tam sürüm paketini kullandıktan sonra aylık veya yıllık olarak kiralama hizmetini satın alabiliyor. Suat Yüksek, "Üç dakikada e-ticaret sitesi kurmak hayal gibi gelebilir ancak Goyomod ile artık mümkün. Piyasası en düşük 4 bin TL'den başlayan e-ticaret sitesi kurma sorununa aylık kiralanabilir e-ticaret sitesi sistemi ile son derece efektif bir hale getirdik" diyor. Goyomod, üç dakika içinde kullanıma hazır yapısıyla doğru stratejilerle doğru kitleye ulaşmak isteyen işletmeler için düşük maliyetli ve son derece efektif bir çözüm olarak öne çıkıyor. Şirketin önemli farkı e-ticaret sitelerinin ihtiyaçlarını abonelik sistemi ile KDV dahil 65 TL gibi uygun bir fiyatla sunması.

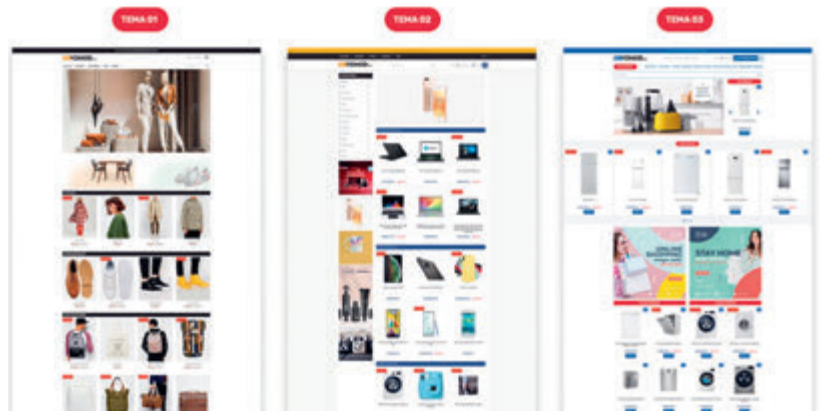
Yazılım, e-ticaret siteleri gibi konulara şirketlerin mesafeli durduğunu söyleyen Yüksek sözlerine şu şekilde devam edi-

yor: "Firmalar, rekabet halindeyken bu konulara mesafeli duruyor ve site kurmak, güvenlik açıklarını gidermek, site tasarımı yaptırmak gibi konulara çok fazla vakit ve para ayırmıyorlar. Teknik desteğe ihtiyaç duymadan oluşan güvenilir bir e-ticaret site sağlayıcısı, firmalar için artık bir rahatlık anlamına geliyor." Bununla birlikte e-ticaret sitelerindeki önemli unsurların başında tasarım, güvenlik, kullanım kolaylığı ve çeşitlilik geliyor. Goyomod, sektörlere özel kişiselleştirilmiş tasarımları ile kullanıcıların rakip firmalardan sıyrılmaları mümkün kılıyor.

## 2020'de yüzde 75 büyüdü

Pandemide en hızlı büyüyen sektörlerden birinin de e-ticaret olması Goyomod'un 2020 yılında hızla büyümesini sağladı. Mağazaların pandemi dolayısıyla kapanması veya sınırlı müşteriye içeri almaları nedeniyle e-ticaretten alışverişe geçişin hızlandığına dikkat çeken Yüksek, "Teması azaltması, kolaylık ve hız sağlaması gibi özellikler online alışverişe dolayısıyla e-ticaret sitelerine olan ilgiyi de artırdı. Tüketici beklentisine yanıt vermek isteyenler de hızla harekete geçti. Hızla gelişen e-ticaret sektörüne ekstra ivme katan pandemi bizleri olumlu etkiledi. E-ticaretin gelişimi ve dijitale olan ilginin artması ile bu alandaki yatırımlarımız devam edecek" diyor.

E-ticaretteki büyüme rüzgarını arkasına alan şirket, 2020 yılında yüzde 75 büyüdü. Aylık ve yıllık yazılım kiralama bedelleri üzerinden gelir elde eden şirketin, şu an 80'e yakın aylık ödeyen müşterisi mevcut. 2021 yılı sonunda aylık ödeme yapan müşteri sayısını 750'ye çıkartmayı hedefleyen şirket, aynı zamanda 2021 ve 2022 yılları arasında farklı dil seçenekleri ile Avrupa ve Balkan ülkelerinin pazarlarına girmeyi hedefliyor. Goyomod'un orta vadeli hedefleri arasında Amerika Birleşik Devletleri var. Yüksek, Avrupa ve Balkan ülkelerinde edinilecek tecrübe ile 2023 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ne açılmayı planladıklarını söylüyor. Bugüne kadar herhangi bir yatırım almayan girişim, yakında çıkacak üçüncü versiyonunun ardından yatırım görüşmelerine başlamayı planlıyor.



# “Fuarçılık hibrit bir modele evrilecek”

Dünyanın en büyük 10 uluslararası fuar organizasyonu şirketinden biri olan GL Events Exhibitions'ın Türkiye Genel Müdürü Gülperi Erkanlı, teknolojinin pandemi döneminde fuarcılığı da dönüştüreceğini söylüyor. Erkanlı, “Fuarlar dijitalleşme konseptine hızlı bir uyum sağlayarak, hibrit bir modele evrilmek durumunda kalacak” diyor.

Pandemi sürecinin uluslararası ticaret üzerindeki etkisi devam ederken, küresel ticarete yön veren önemli alanlardan biri olan fuarcılık sektörü de, zorlu geçen 2020 yılının ardından yaralarını sarmaya çalışıyor. Özellikle ihtisas fuarları konusunda uzmanlaşmış dünyanın en büyük 10 uluslararası fuar organizasyonu şirketinden biri olan GL Events Exhibitions da sektörde yeniden atığa hazırlanan şirketlerden biri. Şirket, her yıl tüm dünyada yaklaşık 200'ün üzerinde fuar düzenleyen bir şirket. Başta endüstri, yapı ve inşaat, enerji, tarım, madencilik, tekstil ve hazır giyim, gastronomi ve ev dışı gıda tüketimi olmak üzere farklı sektörlerde fuarlar düzenleyen şirketin yıllık cirosu 500 milyon Euro'ya yaklaşıyor ve düzenlediği fuarlarda yaklaşık 2,2 milyon kişiyi ağırlıyor. Şirket Türkiye'de de dünyada en büyük gastronomi fuarlarından Sirha İstanbul'u düzenleniyor. GL Events Exhibitions Türkiye Genel Müdürü Gülperi Erkanlı ile pandemi sonrası fuarcılık sektörünü ve yeni dönem planlarını konuştuk:

**Pandeminin damga vurduğu 2020 yılını sektör olarak nasıl geçirdiniz?**

2020'de Türkiye açısından bakıldığında ulusal ve uluslararası fuarların en az yüzde 70'lik kısmı ya hiç gerçekleşmedi ya da alışlagelmiş performans seviyesinde gerçekleşmesi mümkün olmadı. Bu kaybı rakamsal olarak ifade etmek gerekirse, Türk fuarcılık sektörü açısından en az 200 milyon dolarlık bir kayıp yaşandı. Biz bu açıdan şanslıyız, zira ara dönemde yurtiçinde bu şekilde erte-

## “Sirha İstanbul'u bu yıl yapacağız”

“Yakın gelecekte uluslararası etkinliklerden ziyade iç pazara yönelik lokal etkinliklerin daha ön planda olacağını öngörüyoruz. 2020 Mart ortasından itibaren önce 1 Mayıs, ardından da 1 Temmuz sonrasına ertelenen yurtiçi fuarların, yılın ikinci yarısındaki hali hazırda zaten dolu olan bir takvime sıkıştırılması, her ne kadar çok azı düzenlense de çok verimli olamadığı kanaatindeyiz. Biz kendi adımımıza, örneğin Sirha İstanbul fuarımızı doğrudan 2021'e almayı tercih ettik. 2021'e daha güçlü olarak devam edilebilmesi, gerek katılımcılar gerekse ziyaretçiler için kuşkusuz daha anlamlı olacak. Ancak yine de gerek yerel düzeyde, gerekse uluslararası düzeyde fuar takvimlerinde bir sıkışma kaçınılmaz gözüküyor.”



GÜLPERİ ERKANLI

rektiren sadece bir fuarımız vardı ancak yurtdışındaki fuarlarımızın önemli bir kısmını biz de ağırlıklı olarak 2021'e kaydırmayı tercih ettik.

### **2020 yılını ne kadarlık bir ciro ile kapattınız?**

Covid-19 süreciyle beraber, birçok sektörde olduğu gibi etkinlik sektörü de pandemi sürecinden büyük ölçüde etkilendi. Yılın ilk çeyreğine ait etkinliklerimizi gerçekleştirdikten sonra, takip eden dönemde alınan tedbirlerle nakit akışını koruyan GL Events, 2020 yılını 3. ve 4. çeyrekteki toparlanmanın etkisiyle 479.4 milyon Euro ciro ile kapadı.

### **Önümüzdeki dönemde yeni projeleriniz var mı?**

Yaşanan belirsizliklere rağmen 2021'de dünya çapında gerçekleştireceğimiz önemli projelerimiz var. Bunların arasında Rio de Janeiro Kitap Bienali, Tokyo Olimpiyat Oyunları, Dubai'deki Evrensel Sergi gibi çok prestijli etkinlikler bulunmaktadır. Öte yandan 2020'den 2021'e ertelediğimiz fuarlarımıza odaklanıyoruz. Şili'de, Çin'de, Fransa'da, ABD'de ve Türkiye'de 2021 planında, özellikle yılın ikinci çeyreğinin sonları itibarıyla başta Edifica, Sirha Lyon, Premiere Vision Paris, Premiere Vision Denim, CFIA, Bepositive, Global Industrie olmak üzere pek çok önemli fuarlarımız gerçekleşecek.

### **Fuarçılık sektörü kısa vadede nasıl bir dönüşüm yaşayacak sizce? Öngörüleriniz nelerdir?**

2021'in yoğun bir şekilde tüm dünyada hasar kontrolü ile geçeceğini, özellikle bu süreci görece az zararlı atlatmış ana sektörlerde tamamen, kıtasal ya da bölgesel çeşitliliğe sahip fuarlarla yavaş yavaş hareketlenebileceğini düşünüyoruz. Çoğu uluslararası etkinliğin de geçiş döneminde daha lokal fuarlar şeklinde devam edebileceği ya da büyük uluslararası etkinliklerin farklı lokasyonlarda daha kompakt versiyonlarının olabileceğini öngörüyoruz. 2020 dönemi kişilerin dijital süreçleri daha fazla benimsemelerine ve profesyonel hayatlarının önemli ve kaçınılmaz bir parçası haline getirmelerinde çok etkili oldu, ancak yüz yüze etkileşimin yerini tamamen alması mümkün gözüküyor. Bu nedenle,



yılın ilk yarısında dijital fuarların, ikinci yarısında ise hibrid modellerin devrede olabileceğini söyleyebiliriz.

### **Sirha İstanbul konusunda nasıl bir yol haritası belirlediniz?**

GL Events Exhibitions Turkey olarak; Sirha İstanbul'u yeni yılda, dijital destekli olmakla beraber fiziksel olarak da 2021'in son çeyreğinde gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Bunun için çalışmalarımızı gerek merkezimiz gerekse uluslararası ofislerimiz aracılığıyla yürütüyoruz. Yurtdışından fuarımıza yapılacak milli katılımlar için değerli ihracatçı Birliklerimiz ve Ticaret odalarımızla iş birliği içindeyiz. Covid-19 süreciyle beraber, bu sene fiziksel fuarımızı gerçekleştirirken eş zamanlı olarak dijital bir platform aracılığıyla b2b görüşme imkanının oluşturulmasını sağlayan ayrı bir organizasyon üzerinde çalışıyoruz. Fuarımıza gelemeyecek olan ziyaretçilere ve fiziksel olarak stant ile yer alamayacak olan katılımcılara bu şekilde ulaşmayı hedefliyoruz.

### **2021 yılında dünyada fuarçılık alanında trendler ne olacak?**

Dünya çapında ilk 10 fuarçılık şirketi içinde yer alan GL Events Exhibitions olarak 2021'de özellikle Çin'deki fuarlarımıza odaklanacağız. Ayrıca Güney Amerika ve Merkez bölgemiz olan kıta Avrupa'sında da gerek 2021 için planlanmış, gerekse

2020'den 2021'e ertelenmiş olan önemli fuarlarımız var. Fuarlar dijitalleşme konseptine hızlı bir uyum sağlayarak, hibrid bir modele evrilmek durumunda kalacak. Teknolojinin özellikle pandemi döneminde gerek iş hayatının gerekse sosyal ve eğitim hayatının devamlılığını sağlamadaki etkisi, yeni dönemde fuarçılığı da dönüştürecek. Çeşitli nedenlerle seyahat etmek istemeyenleri katılımcılarla gerçek zamanlı buluşturma yöntemleri, ürün sunumları, tanıtımlar, seminer ve yarışmalar gibi pek çok farklı içerik mutlaka dijital erişimlere de adapte edilmek durumunda. Biz bu konuda dijital fuarlarımızı 2020'nin ikinci yarısında çok hızlı bir şekilde devreye soktuk ve bugün baktığımızda bu konuda son 6 ayda 20'den fazla dijital fuarı geride bırakmış ve bu konuda hızlı bir evrim geçirmiş durumdayız. Ancak kurumsal sloganımızda da olduğu gibi bizim işimiz "insanları bir araya getirmek" ve bunun yeniden yüz yüze olabilmesi en büyük arzumuz. Fuarçılık sektörünün gerek ülkemizde gerekse globalde, en son kaldığımız nokta olan 2019'daki seviyesine dönebilmesi için dahi en erken 2023 diye düşünüyoruz. Zira kişilerin yeniden uluslararası düzeyde mobil hale gelebilmesi gerekiyor. 2022'de fuarçılık sektörünün tüm dünyada ancak 2019'un yüzde 75'ini yakalayacağı öngörülmekte.

# Restoranları online hale getiriyor

Restoran, cafe veya sosyal tesis gibi işletmeler için geliştirilen dijital menü, üyelik ve online satış sistemi Bisiparis.com, 2021'de yüzde 200 büyüme hedefliyor. Bisiparis.com'u geliştiren ElektraWeb'in CEO'su Kemal Oral, "Sistemimiz 200 tesiste kullanılıyor. 2021'de 1000 işletmeye ulaşmayı hedefliyoruz" diyor.

Pandemi nedeniyle kasım ayından bu yana kapalı olan restoran ve cafeler sadece paket servis yapabiliyor. Bulut ve web tabanlı otel yönetim sistemi olan ElektraWeb, online satış yapmak isteyen işletmeler için yeni bir satış sistemi kurdu. Restoran, cafe, veya sosyal tesis gibi işletmeler için geliştirilen Bisiparis.com'la işletmeler, kolaylıkla kendi dijital menü ve online sipariş sayfalarını oluşturup, kendi web sitelerinden ya da sosyal medya hesaplarından satış yapabiliyorlar. Sistem, kimseye komisyon ödemedi ve müşteri bilgilerini paylaşmadan online satış yapmayı mümkün kılıyor.

ElektraWeb'in CEO'su Kemal Oral, "Sadece sisteme kaydolup, bilgilerinizi giriyorsunuz. Dakikalar içinde sipariş sayfanız hazır oluyor. Bulut yapısı sayesinde verinizi asla kaybetmiyorsunuz. Sunucu, lisans, yazılım, yedekleme, bakım gibi maliyetlerden de kurtuluyorsunuz. Kullanımı son derece kolay. Ayrıca şu anda dijital menü ve paket sipariş uygulamasını ücretsiz olarak sunuyoruz" diyor.

## Yüzde 200 büyüdü

Bisiparis.com, kısa bir süre içinde 200 tesiste kullanılmaya başlandı. Hedef 2021'de bu rakamı 1000 işletmeye çıkartmak. Oral, hem yurt içinde hem de yurt dışında çok daha fazla yayılmayı hedeflediklerini belirtiyor. Şirket, 2021'de yüzde 200 daha büyüme hedefliyor.

Bisiparis.com web tabanlı olduğu için kurulum yapılmıyor. İnternet bağlantısı olan

## "Verimli kullanmada sorunlar oluyor"

"Kendi online satış sayfalarını devreye alan işletmeler, ilk etapta sistemi verimli kullanmak konusunda sıkıntılar yaşıyorlar. Çünkü kendi sipariş sayfanızı kullanıyorsanız, müşterilerinizi bu platforma yönlendirmek ve sipariş vermeleri için teşvik etmeniz gerekiyor. Bunun için de kullandığımız sistemin size bu olanakları sunuyor olması lazım. Sipariş sayfanız kullanıcı dostu mu? Kolay güncellenebiliyor mu? Online ödeme altyapısı var mı? Kampanyalar düzenleyip puanlar kazandırabiliyor musunuz? gibi konuları gündeme almalı."



her cihazdan sisteme ulaşmak mümkün. Her kullanıcı yetkisi dahilinde sisteme ulaşıyor. Kullanıcılar mobil cihazlarını kullanarak ürünlerinin fotoğraflarını, bilgilerini, fiyatlarını, paket servis koşullarını sisteme tanımlayabiliyor.

Bisiparis.com farklı hizmetler de sunuyor. Örneğin menüde yemeğin içindeki alerjenleri de göstermek ya da masadaki kare kodu okutarak ödemeyi çok daha hızlı

ve temassız almak mümkün. Üyelik yönetimi ve sadakat uygulamaları sayesinde bir üyenin gönderdiği link üzerinden başka bir üye sipariş verdiğinde puan kazanılıyor. Kazanılan puanlar işletmenin başka tesisi varsa orada da geçerli oluyor. Ayrıca tüm bankalar ile direkt bağlantı sayesinde aracı kurumlara komisyon ödemedi, e-cüzdan ile ön ödeme alıp hesap açarak QR Kod ile hızlıca ödeme yapmaları sağlanabiliyor.

# 2021 yılı ilk dönem girişimleri belli oldu

Garanti BBVA tarafından hayata geçirilen ve Türkiye girişimcilik ekosistemine olan katkısıyla fark yaratan Garanti BBVA Partners'ın yeni dönem girişimleri belli oldu.

Garanti BBVA, uzun yıllardır yürüttüğü ve stratejik olarak önceliklendirdiği girişimcilik çalışmaları ile etki yaratmaya devam ediyor. 2015 yılında başlayan Garanti BBVA Partners'ta bugüne kadar 60'dan fazla girişimciye katkı sağlanırken programa katılmaya hak kazanan girişimciler, işlerini geliştirmek ve sürdürülebilir kılmak için destek alma fırsatı yakalıyor. Program, işini yeni kuran, bu kapsamda cesarete ihtiyaç duyan ve yenilikçi fikirlerini anlatmak ve hayata geçirmek için gerekli yolları ve kaynakları arayan girişimcilere ihtiyaç duydukları ofis ve mentorluk ihtiyaçlarının yanı sıra eğitim imkanı da sunuyor.

## Seçilen girişimler

Garanti BBVA Partners'ın 2021'de programdan yararlanacak yeni dönem girişimleri; Garanti BBVA Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı Reha Emekli, Garanti BBVA Orta ve Büyük İşletme Bankacılığı Direktörü Mustafa Sağlık, Garanti BBVA Küçük İşletme Bankacılığı Direktörü Hakan Öger, Amazon Web Services Türkiye'de Startup ve VC Ekosistemi Ülke Yöneticisi Tunç Özgül, Poltio Kurucusu



## SİBEL KAYA / GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

### "20 milyon TL yatırım aldılar"

"Garanti BBVA olarak, uzun yıllardır içinde bulunduğu toplumun sürdürülebilir geleceği için katkı sağlayan faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Stratejik olarak önceliklendirdiğimiz girişimcilik konusuna büyük bir önem veriyor ve bu konuyu uzun yıllardır bütünsel bir çerçevede sahipleniyoruz. Kadın girişimciliğinden sosyal girişimciliğe uzanan, girişimciliğe özel ürün ve hizmetlerle desteklediğimiz çok çeşitli platformlarda çalışmalarına imza atıyoruz. Garanti BBVA Partners da yine aynı bakış açısıyla, ekonominin itici güçlerinden olan ve katma değer yaratan girişimcilere destek olduğumuz bir program. Bu programdan yararlanan girişimcilerimizin bugüne kadar aldığı yatırım 20 milyon TL'nin üzerinde. 2021 yılı için seçilen 6 girişimcimizi de tebrik ediyorum. Onlara destek olarak ekosistemin büyümesine katkı sağlamaya devam edeceğiz."



Ahmet Tosun, Mentors Network Turkey Kurucusu Mehmet Onarcan, Eurasia Invest Yönetici Ortağı Gökhan Alpman, Yuvako kurucu ortağı // Mentors Network Turkey Altay Tınar, Fintech Time Dergisi Kurucusu ve Colendi Kurucu Ortağı Mihriban Ersin Tekmen, Garanti BBVA Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı Fatih Bektaşoğlu, BUBA Kurucu Ortak Cem Ener'den oluşan jüri komitesi tarafından seçildi. Asgari uygulanabilir ürün ve hizmete sahip, üç yıldan kısa süredir faaliyet gösteren, ölçeklenebilir iş modeline sahip tüm girişimlerin başvurabildiği programdan yararlanmaya hak kazanan girişimler; Nesatilir.com, Missafir, Phishup, Massive Energy, UnoMoi ve AbilityPool oldu. Programa kabul edilen bu 6 girişim, programın sunduğu çok kapsamlı desteklerden faydalanma fırsatına sahip olacak.



# 'Bach Çiçekleri' terapisti olabilirsiniz

Günümüzde gerginliği azaltmak, negatif duygu durumlarından kurtulmak artık daha önem taşıyor. Kadın girişimci Herlinde Hafner, çiçeklerin iyileştirici gücünü kullanarak yılda ortalama 500 kişiyle Bach Çiçekleri terapisi eğitimi veriyor. Hafner, "Eğitim alarak siz de terapist olabilirsiniz" diyor.

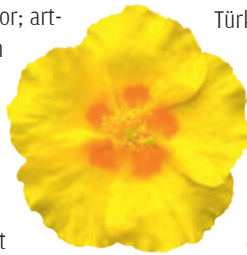
Virüs salgını döneminde insanlar için rahatlamak ve negatif durumlardan uzaklaşmak daha da önem kazandı. Bach Flowers in Turkey'i kurarak 2010 yılında Türkiye'ye ilk kez Bach Çiçekleri terapisini getiren kadın girişimci Herlinde Hafner, yılda ortalama 500 kişiye terapi vermenin yanı sıra eğitim ve workshop'lar düzenleyerek terapistler de yetiştiriyor. Herlinde Hafner ile girişim öyküsünü konuştuk.

## Bach Çiçekleri ne işe yarar ve ilk kez ne zaman kullanılmış?

38 şifalı Bach Çiçekleri, 1930'larda Dr. Bach tarafından vahşi bitkilerden ve ağaçlardan elde edilmiştir. Tamamen doğal olan bu içerikler, hafif duygusal dengesizlik, düşük özgüven, depresyon, korku, yalnızlık, çaresizlik, panik atakta kullanılabilir. Kişinin var olan potansiyelini dışarı çıkarmaya yardımcı oluyor ve krizleri çözüyor. Kişiye özel karışımının belirlenmesi için ilk olarak kişi, belirli soruları cevaplayıp danışmanla detaylıca konuşuyor. Uygun karışım hazırlanıp 4 hafta ila birkaç ay süresince kullanılabilir. Çiçek karışımı direkt olarak dile, günde 4 kere, 4'er damla olarak uygulanıyor; artırılıp azaltılabilir ve hiçbir yan etki göstermiyor.

## Bu terapi yöntemi ile nasıl tanıştınız?

Kadının toplumdaki rolüne duyduğum ilgi, beni önce pedagoji, sonra da toplumsal cinsiyet üzerine eğitim almaya yönlendirdi. Böylelikle danışmanlık kariyerim başladı. 1982'de İngiltere'de yaşarken Bach Çiçekleri



ile tanıştım. Doğanın bu mucizevi çiçeklerinin güçlü etkileri ve altında yatan felsefesi beni derinden etkiledi. Avusturya'da uzun yıllar gençler ve kadınlar üzerinde çalıştıktan sonra, 17 yıl önce Türkiye'ye taşındım, Türk insanını yakından tanıyıp sevdim.

Türk insan tipinin oldukça duygusal olduğunu ve bu konuda destek almaya açık olduğunu fark edince, Avusturya'da Bach Çiçekleri danışmanlığı üzerine 2009'da eğitim aldım. O günden beri de Karaköy'deki ofisimde Bach Çiçekleri konusunda danışmanlık veriyorum ve kişiye özel terapötik damla karışımları hazırlıyorum.

## Sprey üretti

Kadın girişimci Herlindes, Herlindes Flower Power Spreyleri'ni üretti. 2020 Mayıs ayında satışa sunulan bu girişimin ürün yelpazesinde 5 farklı duygu durumuna yönelik geliştirilen 5 farklı içerikte sprej bulunuyor. Her bir sprej birbirini tamamlayan ve destekleyen Bach Çiçekleri özleri ile uçucu yağların birleşiminden meydana geliyor. Spreydeki frekanslar ve kokular limbik sistem üzerinden beyni uyarıyor ve duygu durumunu düzenlemeye destek oluyor.



HERLINDE HAFNER

### **Bu terapiye hangi durumlarda başvurulmalı?**

Hayatımızın mutlu ve huzurlu periyotlarında, genellikle, sağlık sorunlarıyla karşılaşmayız. Hayatın tadını çıkarır, mutluluğumuzu yakın çevremizle paylaşırız. Fakat bazen, motivasyonumuzu kaybetmeden, günlük hayatımızı sürdürebilmek ve duygusal anlamda dengelenebilmek için biraz desteğe ihtiyaç duyarız. Bach Çiçekleri ihtiyacımız olan bu desteği sağlıyor, ruhumuz için vitamin görevi görüyor. Bach çiçeklerinin esansı, bedenimiz üzerinde denge ve uyum yaratıyor, bedenimizde

dengeye gelmemizi, iç sesimizi ve sezilerimizi duymamızı sağlıyor. Büyüme ve gelişmede de etki gösteriyor. Akut durumlarda, karakterimizin zayıf olduğunu hissettiğimiz alanlarda ve ilaç tedavisinin yanında Bach Çiçekleri'ni kullanabiliriz.

### **Terapiye ilgi ne düzeyde?**

Geçtiğimiz 10 yılda insanların doğal yaşam tarzına eğiliminin artması ve ruhsal ihtiyaçları ile terapiye ilgi arttı. Pandemi ile ilgi iki katına çıktı çünkü fiziki kısıtlamalar iç dünyamızda pek çok endişe ve korkuyu tetikledi. Bach Çiçekleri terapisi ile bu negatif duygularını dengelemek

mümkün. Online terapilerle Türkiye geneline ve yurtdışında daha çok kişiye ulaşıyoruz. Bach Flowers in Turkey olarak yılda ortalama 500 kişiyle Bach Çiçekleri terapisi verirken, bunun sayısının her geçen gün arttığını deneyimliyorum. Zihin, beden ve ruh dengesini sağlayan bu terapinin geniş kitlelere ulaşmasına çok seviniyorum.

### **Eğitim ve workshop'lar da düzenliyorsunuz...**

Evet. 2010 yılından beri farklı yerlerde çok sayıda workshop düzenledik.

Pandemi öncesi 2019-2020 yıllarında kapsamlı bir sertifika eğitimi düzenledik, ancak koşullar sebebiyle yeni eğitimleri durdurduk.

### **Bu alanda girişimci olmak isteyenlere yönelik eğitimleriniz var mı?**

Pandemide online eğitimler çok daha erişilebilir oldu. Bu konuda uzmanlaşmak isteyenler için yurtdışında alınabilecek online eğitimler var. Biz Bach Flowers in Turkey olarak, Bach Çiçekleri eğitiminin ancak birebir iletişimle ve deneyimlerle desteklendiği zaman tam anlamıyla verimli olabileceğine inanıyoruz ve online eğitim vermiyoruz. İleriki dönemde eğitimlerimizden yeniden başlayacağız.

### **Yeni çalışmalarınız var mı?**

Kanada'daki hocamdan iki yıldır Bach Flowers terapisinin devamı niteliğindeki Kaliforniya Çiçek Esansları (California Flower Essences) eğitimini alıyorum. Doğaya ve çiçeklere karşı olan sevgimle bu konuda daha derin bilgiler öğrenmekten ve bunları insanlarla paylaşmaktan büyük bir keyif alıyorum.

### **Bach çiçek özlerinin aromaterapi yağlarından farkı nedir?**

Bach Çiçekleri'nin esansları, Dr. Edward Bach'a ait olan, güneş metodu ve kaynatma metodu ile hazırlanıyor. Her iki metotla da çiçeklerin enerjisi suya transfer ediliyor ve esansı korumak için alkol ekleniyor. Elde edilen bu karışıma da ana tentür deniyor. Esans yağlar genellikle çiçeklerin ve bitkilerin belirli bölümlerinin damıtılmasıyla elde ediliyor. Bu işlemde ortaya çıkan suya da hidrosol adı veriliyor. Bach Çiçekleri'nde özel bir yöntem kullanılıyor ve enerji bedenimizi, ruhumuzu, bedenimizi çiçeklerin frekansları ile dengeye getirmeye yardımcı oluyor.

## **“38 duygu için 38 çiçek”**

“Bach Çiçekleri, titreşimle şifa veriyor ve titreşimleri enerji bedenimizi etkiliyor. Psikolojik anlamda da etki gösteren bu özler, vücudumuz ve zihnimiz arasındaki dengeyi; korku, endişe ve anksiyete gibi olumsuz duyguları uzaklaştırarak sağlıyorlar. 38 farklı olumsuz duygu için 38 farklı çiçek görev yapıyor ve bu özlerden elde edilen karışıma 'Zihin Detoksu' adı veriliyor.”

# Kişiye özel kuryeyi yurtdışına taşıyacak

Kişiye özel kurye uygulaması Ulak, yeni geliştirdiği abonelik modeliyle yurtdışına açılacak. Ulak Yazılım Teknoloji A.Ş. Kurucusu Sabri Sami Toker, "Yeni ürünümüzün beş yıl içerisinde tüm Türkiye'de ve Avrupa'da en az üç ülkede aktif olarak kullanıldığını görmek istiyoruz. Bunun için ilk adımımızı Londra'da atmayı planlıyoruz" diyor.

Kişiye özel kurye uygulaması Ulak'ın temelleri Sabri Sami Toker tarafından 2015 yılında atıldı. Kurye sektöründeki ihtiyaçları analiz ederek ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda Ulak App'i kurmaya karar veren Toker, sektörde dijitalleşerek fark yaratmayı hedefledi.

Bu kapsamda kurye çağırma yapan ve süreci otonom yöneten bir yazılım ile yola çıkan girişimci 2015 yılında 60 bin TL tutarında yatırım bütçesiyle Ulak App'in ilk tohumlarını attı. 2016 yılında ise Google Play ve App Store'da uygulamasını piyasaya süren Toker, "Müşterilerimizden aldığımız geri bildirimler sonucunda 2017'nin şubat ayında ULAK App Versiyon 2 ile söz konusu platformlarda tekrar yer almaya başladık. Her girişimde olduğu gibi belirli aşamalardan geçerek gerektiğinde pivotlar yaparak bugünlere ulaştık" diyor. Girişim, diğer taraftan kurumsal şirketlerle yaptığı işbirlikleriyle büyüdü. 2020 yılında Erdem Yurdanur liderliğinde, Tarkan Onar, Kokteyl Yazılım ve Hız Yayınları'ndan 10 milyon TL değerlendirme ile yatırım alan Ulak, bu yatırımın büyük bir kısmını ekibini büyütme ve motosiklet filosu kurmak için kullandı. Pandemiyle birlikte hizmet verdiği pazarda daha fazla müşteri edinerek cirosunu artıran şirket, şu an yeni yatırım turunda. Toker, "Çok özel ve benzersiz projelerimizi gerçekleştirirken bizimle olacak yatırımcılara kapımız açık" diyor.

## 26 milyon paket

Kurye sektörü salgın sürecinde büyüme gösteren ender sektörlerden biri oldu. Kar-

## Drone'la taşımacılık yapacak

Şirket, uzun süredir yürüttüğü AR-GE çalışmaları ile drone taşımacılığı konusunda faydalı yük taşıma testlerine başladı. 16 kilogram uçuş ağırlığı ile 6 kilogramlık faydalı yükü, 20 dakika havada kalma süresi ve 5 bin metre menzilde taşımayı başarılı bir şekilde gerçekleştirdiklerini söyleyen Sami Toker, "Ancak bizim dronumuz 6 kilogram taşıyabiliyorken dünyadaki bazı örneklerin 40 ve 200 kilogram ağırlık taşıdığı belirtiliyor. Biz de bu alanda faydalı yük taşıma testlerimizi ve geliştirmelerimizi sürdürüyoruz. Yazılımımızı geliştirme, yeni ürünleri portföyümüze ekleme ve belki de en önemlisi dünya markası olma adına hız kesmeden AR-GE çalışmalarına devam ediyoruz" diyor.

## Fanusta balık taşıdı

Salgınla birlikte evde geçirilen süre boyunca birçok işlemin dijital ortama taşındığına dikkat çeken Toker, insanların özel kuryelere talebinin arttığını söylüyor. Özellikle pandeminin ilk döneminde insanların ve işletmelerin kurye taşımacılığına hızlı şekilde adapte olduğuna dikkat çeken Toker, sözlerine şu şekilde devam ediyor: "İlk normalleşme sürecinde bile talepte bir azalma yaşanmadı. Bizim kendi verilerimize göre 2020 yılında en çok diz üstü bilgisayar, şarj aleti, kulaklık ve kase taşındı. Hatta taşınan en ilginç kargo ise cam fanusta balıktı. Tabiki bunların dışında restoranlardan paket servis taşımalarımızın adetleri küçümsenemeyecek kadar fazla."

go, e-ticaret, restoran ve market teslimatları pandeminin ilk dalgasında yaklaşık altı kat, ikinci dalgasında ise 14 kat civarında artış gösterdi. Ayrıca sosyal mesafe kuralları ve insanların evden çıkmak istememesi gibi durumlar da sektörün büyümesine neden oldu. Toker, "Özellikle e-ticaret taşımacılığındaki artış, daha optimize dağıtım yapmamızı sağlayarak karlılığımızı önemli ölçüde arttırdı" diyor.

T.C. Sağlık Bakanlığı'nın yerinde karar

dönemini açıklaması ve Mart 2021 itibarıyla, kademeli normalleşme sürecine girilme beklentisi kuryelere olan talebin artmasına neden olabilir. Kurye ve taşımacılık sektörünün önemini arttığını söyleyen Toker, bu yüzden sektörün teknolojik gelişmelerle birlikte yön değiştirerek büyümesini sürdüreceğini öngörüyor. Bu da 2021'de şirketin büyüme ivmesine hız katacak. 2020 yılında gıda, perakende, sağlık, kozmetik ve finans sektörlerindeki



SABRİ SAMİ TOKER



müşterilerine yazılım entegrasyonu ile verdiği B2B hizmetlerle birlikte 2 milyon adedin üzerinde teslimat gerçekleştiren Ulak'ın 2021 yılı teslimat hedefi 26 milyon olarak öngörülüyor. Pandemi dönemi öncesinde 40 kurye ile hizmet veren şirket, pandemi başlangıcında işsiz kalan 700'den fazla restoran kuryesinin kargo şirketlerinde çalışmasına aracı oldu. Toker, "Pandemi başlangıcında proaktif ve hızlı aksiyon alarak fizibilite çalışmalarımız doğrultusunda salgın döneminde işsiz kalan çok sayıda restoran kuryesini kargo teslimatları yapmaları için hızlıca organize ederek destek olduk" diyor.

#### Kurye sayısı artacak

Şimdiyse şirketin 2 binin üzerinde kurye havuzu mevcut. Bunun yanı sıra aktif olarak sahada Ulak'a bağlı olarak çalışan 500'e yakın kurye ve 28 beyaz yaka çalışanla çözüm sunuyor. Günde 9 binin üzerinde teslimatta aracılık yapıyor. Hedef

2021 yılı sonuna kadar Ulak'a direkt olarak çalışan 2 bin 500 kurye sayısına ulaşmak. Toker, "Kuryelerimiz şirketimize ait motorlarla ya da kendi motorları ile SGK'lı olarak ya da şahıs şirketi varsa fatura keserek çalışabiliyor. E-ticaret teslimatları konusunda hizmet verdiğimiz illerde her



ilçede bayi oluşumumuz mevcut, bayilerimiz ULAK uygulaması üzerinden gelen toplu dağıtım ve teslimat taleplerini gün içerisinde teslim alıp teslim ediyorlar. Tüm süreç online yürütülüyor, her zaman sıfır telefon görüşmesi hedefiyle ilerledik ve

başardık" diyor.

Ulak App, şu anda İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa başta olmak üzere 32 ilde, 50'yi aşkın kurumsal firmaya çözüm sağlıyor. Ancak tüm Türkiye'de hizmet verebilme potansiyeline sahip olan şirket, bu konudaki çalışmalarını sürdürmeye devam ediyor. Ayrıca şirket paket servis yapan ya da yapmak isteyen işletmelerin kullanımına sunulacak (SaaS) abonelik modeliyle çalışacak bir ürün çıkarmak üzere. İlk hedef, bu abonelik modelini İstanbul'da başarılı bir şekilde büyümeye başlayarak 2022 yılı içinde Avrupa'da bir şehirde hayata geçirmek ve fatura kesmeye başlamak. Toker, "SaaS ürününün beş yıl içerisinde tüm Türkiye'de ve Avrupa'da en az üç ülkede aktif olarak kullanıldığını görmek istiyoruz. Bunun için ilk adımımızı Londra'da atmayı planlıyoruz. Londra'dan sonra Berlin ve Dubai de hedeflediğimiz şehirler arasında yer alıyor" diyor.

# Yeni teknoloji ile ABD pazarına açılacak

Pandemiyle birlikte gündemimize pek çok yeni konu girdi. Pek çoğumuzun daha önce adını bile duymadığı PCR testleri de bunlardan biri. PCR testleri her ne kadar pandemiyle birlikte hayatımıza girse de normalde genetik hastalıklar, adli tıp, kanser araştırmaları gibi konularda pek çok virüs, bakteri ve parazitin teşhis edilmesi için kullanılıyor. Türkiye'de de uzun yıllardır PCR testi üzerinde çalışan şirketler var. Bunlardan biri de Bioeksen.

Şirket, 2014 yılında KOSGEB AR-GE ve inovasyon desteğini alarak kuruldu. Canan Ketre Kolukırık, akademideki gözlemleri sonucu araştırmalarda kullanılan ürünlerin çoğunun ithal edilmesi üzerine, bu ürünlerin Türkiye'de üretilebileceği fikrinden yola çıkarak Bioeksen'i kurdu. Firma, 2014 yılından bu yana TÜBİTAK, Kalkınma Bakanlığı ve KOSGEB destekli 32 farklı AR-GE projesinde yer aldı. Bu projeler sonucunda 164 farklı moleküler biyoteknoloji ürünü ortaya çıktı. 2019 yılında ürünlerin Türkiye çapında

Pandemi döneminde herkesin gündemine giren PCR testlerini üreten yerli şirketlerden biri olan Bioeksen, koronavirüs pandemisinin başlangıcından bu yana Türkiye'ye 30 milyondan fazla test temin etti. Mutasyonlu yeni virüsün tanı süresini kısaltan bir teknoloji geliştiren şirket, 2021 yılında Amerika pazarına açılmaya hazırlanıyor.

rutin satışına başladı ve ürünler kısa sürede sahada beklenen karşılığı bularak T.C. Sağlık Bakanlığı, Türk Silahlı Kuvvetleri ve T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı gibi hayati öneme sahip kamu kurumlarının temel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamaya başladı. Bioeksen ekibinde; moleküler biyolog, biyolog, gıda mühendisi, çevre mühendisi, biyomühendis, biyokimya uzmanı, veteriner hekim, laboratuvar teknikerleri gibi farklı branşlardan toplamda 43 çalışan bulunuyor. İnsan sağlığı, hayvan sağlığı ve gıda güvenliği alanlarında PCR temelli bir çok ürünü olan Bioeksen, pandemiyle birlikte ağırlıklı olarak Covid-19 tespitine

yönelik üretimi odaklandı.

### 3 milyon dolarlık yatırım

2020 yılında PCR testlerinde kullanılan hammaddenin üretimi için 1 milyon dolarlık bir yatırım yapan firma, aynı zamanda üretim kapasitesini artırıp otomasyona dayalı bir altyapı kurmak için de 2 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirdi. Bioeksen, koronavirüs pandemisinin başlangıcından bu yana Türkiye'ye 30 milyondan fazla test temin etti ve aylık 25-30 milyon test üretim kapasitesi mevcut. Kapasitesinin çoğunu Türkiye için kullanan şirket, yurtdışına ise 5 milyon test satışı gerçekleştirdi. 2021 yılında hammadde üretimini ikiye katlamayı hedefleyen şirket, 3 milyon dolarlık bir yatırım daha planlıyor.

Şirket, bir süre önce mutasyonlu yeni SARS-CoV-2 varyantının 8 saat süren kesin tanısını 40 dakikada gerçekleştiren yeni bir teknoloji geliştirdi. Mutasyonlu SARS-CoV-2'nin bir coğrafyada olup olmadığının tespiti ve tespit edildiği bölgelerde yayılım hızının takibini hızlandıracak teknoloji, T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından saha taramalarında kullanılmaya başlandı.

Türkiye'de ilk SARS-CoV-2 tespit kitini T.C. Sağlık Bakanlığı işbirliği ile geliştiren Bioeksen, mutant varyantın hızlı ve kesin tanısı ile ilgili bir teknoloji geliştirdiğini 25 Aralık'ta gerçekleşen Türk Mikrobiyoloji

## Robotik cihaz geliştirdi

Bioeksen, sadece bir sarf üreticisi olarak kalmayıp Türkiye için bir ilki gerçekleştirmiş, partneri olan BAÇ Mühendislik firması ile birlikte yüzde 100 yerli ilk robotik nükleik asit izolasyon cihazını 2017 yılında geliştirdi ve üretimine geçti. Geliştirilen cihaz, son yapılan güncellemeler ile aynı anda 14 numunedan 30 dk'da nükleik asit izolasyonu yapabiliyor. Canan Ketre Kolukırık, "Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü'nde (HSGM) uzun süreler yabancı muadilleri ile karşılaştırma çalışmalarına tabi tutulmuş ve en sonunda en az onlar kadar iyi sonuç verdiği belirlenerek onaylandı. 2018'den bu yana HSGM'ye bağlı 7 farklı laboratuvarında rutin analizlerde geliştirdiği Solunum Yolu Virüsleri Paneli ile birlikte kullanılıyor" diyor. Cihaz sadece sağlık alanında değil, veterinerlik ve gıda alanlarında da nükleik asit izolasyonu için kullanılıyor. Türk Silahlı Kuvvetleri'ne bağlı gıda kontrol laboratuvarları, veteriner laboratuvarları, hastaneler gibi çok sayıda kullanıcı mevcuttur. Şirket, günümüzde artan test sayılarına yetişebilmek adına cihazı da revize ederek 28 örneklilik versiyonu da piyasaya sürdü.

CANAN KETRE KOLUKIRIK

Cemiyeti Kongresi'nde duyurdu. Bu anlamda ilk yapılan çalışmalar DSÖ ile paylaşıldı ve geliştirilen yöntem referans metod olarak kabul gördü. Ayrıca Bakanlık, yeni geliştirilen teknolojiyi kullanarak saha taramalarını başlattı. Kolukirik, son dönemde dünyada sıklıkla görülmeye başlanan İngiltere, Güney Afrika ve Brezilya varyantlarını aynı anda tespit etmek için de yeni bir kit geliştirdiklerini belirtiyor. Canan Ketre Kolukirik, "Mutant varyantın Türkiye'de dolaşımında olup olmadığının hızlı tespiti, ileride yaşanacak anormal vaka artışlarının erken tespiti anlamına geliyor. Ayrıca, ülkeye giriş noktalarında yapılacak hızlı testlerle, bu varyantın ülkemize girişinin önüne de geçilebilecek" diyor.

### 39 ülkeye ihracat

Avrupa, Ortadoğu, Güney Amerika ve Afrika'nın da aralarında bulunduğu, toplamda 39 ülkeye ihracat yapan Bioksen, son dönemde ihracat çalışmalarına hız verdi. 2021'de ihracat hacminini genişletmeyi planladıklarını söyleyen Bioeksen Kurucusu Canan Ketre Kolukirik, "Özellikle yeni Sars CoV-2 varyantlarının tespitine yönelik kitler son dönemde tüm dünyada ilgi çekiyor. Bu doğrultuda ABD pazarına açılma hedefimiz var. Bu kapsamda mutasyonlu test kitinin FDA tarafından onaylanmasını bekliyoruz" diyor.

## Testlerin doğruluk oranı yüzde 97'nin üstünde

Pandemi döneminde çok tartışılan konulardan biri de bu testlerin güvenilirliği oldu. Bu konuda hem Türkiye'den hem de yurtdışından gerekli onayları aldıklarını söyleyen Canan Ketre Kolukirik, "T.C. Sağlık Bakanlığı Referans Viroloji Laboratuvarlarında yapılan çalışmalarda PCR kitinin doğruluğunun yüzde 97'nin üzerinde olduğu tespit edildi. Avrupa'nın en büyük sağlık otoritesi ECDC, dünya sağlık örgütü (WHO) ve dünyanın Real-Time PCR dış kalite kontrolünde bir numarası QCMD tarafından düzenlenen dış kalite programlarıyla düzenli olarak denetleniyor. Bu programlarda, kiti kullanan laboratuvarla kuvvetli pozitif, zayıf pozitif, negatif veya SARS-CoV-2 dışında virüsleri içeren örnekler gönderiliyor. Testlerle elde edilen sonuçlarla gerçek sonuçların uyum oranı hesaplanıyor. Şu ana kadar 20'nin üzerinde katılan dış kalite programlarında, çoğunluğu yüzde 100 olmakla beraber yüzde 92-100 arasında değişen doğruluk oranları elde edildi" diyor.

# “Cironun yüzde 90’ı ihracattan gelecek”

Tmob, şirketlerin dijitalleşme ihtiyaçlarına SaaS ve PaaS portföyüyle terzi işi çözümler sunuyor. 2020 cirosu 100 milyon TL’yi geçen şirket; AB, Kuzey ve Güney Amerika, MENA, Asya ve Pasifik ülkelerine hizmet veriyor. Tmob CEO’su Rudi Dökmecioğlu, “2021’de cironun yüzde 90’ı ihracattan gelecek. Hedefimiz, teknoloji ihracatında Türkiye’nin ilk 10 teknoloji şirketi arasında olmak” diyor.

Rudi Dökmecioğlu’nun Hindistan’da mobil yazılım üreten yazılımcılarla çalışmasının ardından Türkiye’de 2009’da kurduğu Tmob; bugün üç ayrı ülkede çalışanı olan, global bir teknoloji şirketi. SaaS ve PaaS portföyüyle işletmelerin mobilite dönüşüm ihtiyaçlarına uçtan uca çözümler sağlayan Tmob, yakın zamanda adını iki önemli gelişmeyle duyurdu. Mobil ticaret altyapısı Mowico’nun hisselerinin tamamını 1,6 milyon dolara satın alan şirket, İngiltere’de dijital ve şubesiz açık bankacılık platformunda çalışacak VIVE’in ise sıfırdan kurulumunu gerçekleştirdi.

Tmob CEO’su Rudi Dökmecioğlu, 2018’den beri daha çok Avrupa Birliği (AB) ve İngiltere’ye ihracat odaklı büyüme stratejisiyle faaliyet gösterdiklerini belirtiyor. Dökmecioğlu, “2021’de uluslararası müşteri portföyümüzü ürün ve hizmet bazında arttırmayı amaçlıyoruz” diyor. Yakın zamanda yeni çözümlerini ve global pazarda yeni işbirliklerini duyuracaklarına değinen Rudi Dökmecioğlu’ndan Tmob’un yeni dönem iş planlarını öğrendik.

## Tmob’dan bahsedebilir misiniz?

2009’dan bu yana kendi geliştirdiğimiz SaaS ve PaaS portföyümüzle işletmelerin mobilite dönüşüm ihtiyaçlarına uçtan uca çözümler sağlayan uluslararası teknoloji şirketiyiz. 2009’da gittiğim Hindistan’da mobil yazılım üreten yazılımcılarla çalıştım. ‘Platform as a service’ terminolojisi henüz ortada yokken 2012’de ürünlerimizi yazmaya başladık ve TÜBİTAK ile AR-GE’si-

## Tmob’un sunduğu 4 temel hizmet

**1 Mobil Finansal Servisler Platformu:** Teknoloji ve bilgi birikimimizle Türkiye’deki tüm e-para altyapı ve sistemlerini kapsayan, kendimize ait mobil ödeme sistemi platformumuzu hizmete sunduk. 2013’te kurduğumuz Mobil Finansal Servisler Platformu ile bu hizmeti Türkiye’ye ilk sunan teknoloji şirketi olduk.

**2 Ubimecs E-Ticaret Platformu:** E-ticaretin önem kazanmaya başladığı yıllarda bu alana yatırım yaparak kendi e-ticaret platformumuz olan Ubimecs E-Ticaret Platformu’nu kurduk.

**3 HCE Wallet:** Müşterilerimize daha iyi bir deneyim yaşatabilmek için tüm banka kartlarını merkezi bir platformda birleştirdiğimiz temassız ödeme sistemi HCE Wallet ile bulut tabanlı bir cüzdan hizmeti sunuyoruz.

**4 Ubimecs Ekspres E-Ticaret Platformu:** Araştırmalar; pandemiyle tüketicilerin yüzde 68’i daha hızlı teslimat isterken bunların da yüzde 37’sinin ekspres teslimat olanağı sağlandığında dört kat daha fazla alışveriş yaptıklarını gösteriyor. Bu değişime ayak uydurmak adına platformumuzu bir adım öteye taşıyarak kısa bir süre önce yeni ürünümüz Ubimecs Ekspres E-Ticaret Platformu’nu hizmete sunduk. Ubimecs Express altyapımız sayesinde hızlı teslimat satış kanalına geçiş yapan müşterilerimiz gerçek zamanlı stok takibi ve çoklu mağaza takibi gibi olanaklara sahip olacaklar.

ne başladığımız mobil finansal servisler platformumuzu hayata geçirdik. Bugün sadece mobil dünyada değil, ürün ve servislerimizle tüm ihtiyaçlara cevap veriyoruz. Kısaca, 2009’da tek başıma başladığım bu yolculuğa, üç ayrı ülkede çalışanı olan global bir şirket olarak devam ediyoruz.

## Portföyünüzde hangi ürünler var?

Farkımız, projeyi müşterimizin beklenti ve ihtiyaçlarına göre şekillendirebilmemiz. Terzi işi üretim gerçekleştiriyoruz. Müşterinin kârlılığının yanı sıra gelişmiş müşteri deneyimi sağlanmasına katkıda bulunuyoruz. Kurduğumuz günden

bu yana bankacılık, telekom, seyahat ve e-ticaret başta olmak üzere 11’den fazla ülkede Fortune 500 listesinde yer alan birçok şirkete yenilikçi çözümler sağladık. Portföyümüzde ‘Bulut Tabanlı Dijital Hizmetler’, ‘MFS’, ‘e-bankacılık’ ve ‘Ubimecs’ ürün ailesi içinde de ‘Express’, ‘Havacılık’, ‘Grocery’ yer alıyor.

## Hayata geçirdiğiniz projelere örnek verebilir misiniz?

Yüzde 100 yerli sermayeye sahip bir teknoloji şirketi olarak Türkiye’de ve yurtdışında dijital dönüşüme önem veren şirketlerle iş ortaklıklarına imza attık.

**t.mob**  
THINKS MOBILITY



RUDI DÖKMECIOĞLU

2013'te Türkiye'deki e-para altyapı ve sistemlerini kapsayan, mobil ödeme sistemi platformumuz MFS Platformu'nu hizmete sunduk. Vodafone Pay ve Vodafone Pay Kart, bu platformumuz üzerinde yer alıyor. Yemeksepeti, Hepsiburada, GittiGidiyor,

Trendyol, Markafoni, CarrefourSA, Tekno-  
sa gibi şirketleri de mobil ticarete geçirdik.

#### **Mowico'yu ne kadar satın aldınız?**

Girişim ortağı olduğumuz Mowico, web üzerinde hizmet veren ve e-ticaret girişimcilerinin mobil platforma taşınma-

larını sağlayan bir mobil ticaret altyapısı. Bu platformun pandemiyle hızla geliştiğini ve e-ticarette büyük önem kazanacağını öngörerek, Mowico'nun hisselerini 1,6 milyon dolara satın aldık.

#### **Cironuz ne kadar? İhracatın cirodaki payı nedir?**

2019'u yüzde 60 büyüme ve 60 milyon TL üzerinde ciroyla kapamıştık. 2020'yi de yüzde 60 büyümeyle ve 100 milyon TL'nin üzerinde ciroyla tamamladık. Özellikle dijital para ve e-para çözümleri dış pazarlarda hızla kabul görüyor. İhracatın cirodaki payı 2018'de yüzde 12, 2019'da yüzde 64 oldu. 2021 için öngörümüz, yüzde 90 olacağı şeklinde. VIVE projesinde hiçbir yurtdışı kaynağa bağlı kalmadığımız için projenin cari açığa katkısı yüzde 100 oldu.

#### **Kaç ülkede faaliyet gösteriyorsunuz?**

2018'den beri daha çok Avrupa Birliği (AB) ve İngiltere'ye ihracat odaklı büyüme stratejisiyle faaliyet gösteriyoruz. Başta AB olmak üzere Kuzey ve Güney Amerika, MENA, Asya ve Pasifik bölgeleri ülkelerinde de bankacılık, telekom, seyahat ve e-ticarette önde gelen şirketlere hizmet veriyoruz. Dört farklı kıtadan müşterilerle görüşmelerimiz sürüyor.

#### **Büyüme stratejinizde hangi başlıklar öne çıkıyor?**

2021'de uluslararası müşteri portföyümüzü ürün ve hizmet bazında artıracacağız. Teknoloji ihracatında Türkiye'nin ilk 10 teknoloji şirketi arasında yer almayı hedefliyoruz. Önümüzdeki günlerde teknoloji altyapımızdaki yeni çözümleri ve global pazarda yeni işbirliklerimizi duyurmaya hazırlanıyoruz.

#### **Gündemde yeni projeler var mı?**

VIVE projesinden sonra yeni nesil dijital banka olma hedefiyle bize çok şirket ulaştı. İngiltere'deki projemizden sonra Türkiye'de de yeni bir rekabetçi banka kurma fikri doğdu. Sıfırdan kurulmuş bir şirketi birçok üçüncü parti entegrasyonu, yapay zekâ, Tmob Mobil Finansal Servisler ve E-banking platformlarımızın birleşimlerinden oluşan bir rekabetçi banka haline getirmek için yola çıktık. Hedefimiz, 2021'de bankayı son kullanıcıyla buluşturmak.

## **Geleceğin bankacılık sistemine yerli altyapı**

"Dünyanın en büyük 30 bankasının dokuzu İngiltere merkezli. İngiltere'de dijital ve şubesiz açık bankacılık platformunda çalışacak olan VIVE'nin sıfırdan kurulmasını 60'tan fazla üçüncü parti şirketle entegre olarak gerçekleştirdik. VIVE'a özel açık bankacılık temelli para yönetimi, kişisel kredi özelliği, finansman yönetim ekranı, bütünsel bir müşteri deneyimi için mobil ve web ara yüzleri hazırladık. VIVE, İngiltere'de elinde sadece lisans olan bir şirketti. O lisansın üzerine uçtan uca bir bankanın tamamını kurduk. Bu kabiliyete sahip başka Türk yazılım şirketi yok."

# “İhracatçı KOBİ’leri dünyaya açıyoruz”

Crif; 1,5 milyon ticari şirketten oluşan veri tabanıyla iş geliştirme ve planlama, dijital dönüşüm, portföy ve alacak yönetimi gibi konularda hizmet sunuyor. Crif Türkiye Ülke Müdürü Selim Tezel, dijital platform ve çözümlerle başta KOBİ’ler olmak üzere ihracatçıları dünyaya açtıklarını belirtiyor. Tezel, “Almanya ile Rusya’da birçok şirketin tahsilatlarını gerçekleştiriyoruz. 2 milyar TL’yi aşan alacağa çözüm getirdik” diyor.

Crif, 50’den fazla ülkede 92 binin üzerinde banka, kredi birliği, finansal ve finansal olmayan kuruluşa kredi bilgi ürünleri, hizmetleri ve çözümleri sunuyor. 2019’da 557 milyon Euro ciroya ulaşan şirket, Türkiye pazarına Finar’ı 2013 Ocak’ta satın alarak girdi. Crif Türkiye Ülke Müdürü Selim Tezel, 220 ülkeden 400 milyondan fazla şirketin yer aldığı veri tabanıyla müşterilerinin potansiyel müşteriler ve tedarikçiler bulmasına destek olduklarını söylüyor. Tezel, “Varlık yönetim şirketlerinin aksine çözümlerimizle şirketler adına tahsilat sağlıyoruz” diyor. CRIF Portal Ticari Risk Yönetimi ve D&B Hoovers çözümlerini birleştiren KOBİ’lere özel indirimli paketlerle, risk yönetimi ve potansiyel müşteri tespitinde KOBİ’leri desteklediklerinin de altını çizen Tezel ile Crif Türkiye’nin hizmetlerini ve iş planlarını konuştuk.

## Crif’i tanıyabilir miyiz?

1988’de İtalya’da faaliyete geçen Crif; kredi bilgi ürünleri, hizmetleri ve çözümleri ile finansal ve ticari kuruluşlar ile tüketicilerin karar alma süreçlerine destek olmayı hedefliyor. 50’den fazla ülkede 92 binin üzerinde banka, kredi birliği, finansal ve finansal olmayan kuruluşa hizmet veriyor. 20 ülkede kredi kayıt bürosu olarak faaliyet yürütüyor. 2019’da Crif’in cirosu 557 milyon Euro’ya ulaştı, çalışan sayısı 5 bini geçti.

## Türkiye’deki hizmetleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

CRIF, Türkiye’de 1989’dan beri faaliyette bulunan Finar’ı 2013 Ocak’ta satın alarak

## “Şirketlere sağlıklı büyüme fırsatı yaratıyoruz”

“Şirketlerin etkin nakit yönetimi gerçekleştirmeleri amacıyla T-APPY Platformu ile 2014’ten bu yana Türk şirketlerinin ödeme alışkanlıklarını içeren veri setini oluşturarak sağlıklı analizler yapılmasına olanak sağlıyoruz. T-APPY sisteminden yararlanan şirketler, müşterilerinin diğer şirketlere kıyasla ne hızda ödeme yaptıklarını görebiliyor, risk taşıyan müşterilerle ilgili erken uyarılar alabiliyor. Ayrıca satış sonrası tahsilat sürelerini kısaltıp nakit akışını daha etkin yönetebiliyor. T-APPY veri seti ve analizlerimizle müşterilerinin ödeme kültürünü öğrenen şirketlere sağlıklı büyüme fırsatı yaratıyoruz.”

Türkiye’ye girdi. 220 ülkeden 400 milyondan fazla şirketin yer aldığı veri tabanımızla müşterilerimizin yurtiçi ve yurtdışında potansiyel müşteriler ve tedarikçiler bulmasına destek oluyoruz. Türkiye’de yerleşik 1,5 milyon ticari şirketten oluşan veri tabanımızla da müşterilerimize iş geliştirme ve planlama, müşteri değerlendirmesi, portföy ve alacak yönetimi gibi konularda hizmet veriyoruz. 150 bin şirketi aktif olarak izliyor, aylık 6 bin şirket raporu hazırlıyoruz.

## Alacak tahsilatında hizmet ihracatı da yapıyorsunuz. Hangi ülkelerin şirketleriyle çalışıyorsunuz?

100 kişilik tahsilat ekibimiz var. Varlık yönetim şirketlerinin aksine çözümlerimizle şirketler adına tahsilat sağlıyoruz. Telekomdan enerjiye kadar çok sayıda şirket için tahsilat çözümleri geliştirerek ve alacakları sınıflandırarak erken tahsilat yapmalarını sağladık. Tahsilatta hizmet ihracatımız var. Almanya ve Rusya’dan gelen taleplerle bu ülkelerdeki şirketlerin tahsilatlarını gerçek-

leştiriyoruz. Bugüne kadar 2 milyar TL’yi aşan alacağa çözüm getirdik. Bu alanda 2021 için yüzde 15-20 büyüme bekliyoruz.

## 2020 nasıl bir yıl oldu?

2020’de, 2019’daki yüzde 20 büyüdük. Kurumsal ticari ve KOBİ segmentinde direkt hizmet verdiğimiz müşteri sayısı 600’ün üzerinde. Küresel ölçekteki ürün, hizmet ve çözümlerimizi 2020’de Crif Digital Next adlı teknoloji platformuna taşıdık. Crif Digital Next çözümleriyle şirketlerin dijital dönüşümünü hızlandırmasını ve kullanıcı deneyimini iyileştirmesini mümkün kılıyoruz. 2020’de yeni ortaklıklara da imza atıldı. ABD merkezli Strands Inc. gibi şirketler Crif Global bünyesine katıldı.

## Hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

2018 Kasım’da 21 Avrupa ülkesinde geçerli olan açık bankacılık lisansını almıştık. Bunu veri yönetimi uzmanlığımızla birleştirip bankaların, şirketlerin ve fintechlerin dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmak



SELİM TEZEL

amacıyla PSD2'nin de sağladığı olanaklara yönelik hizmetler sunmaya devam edeceğiz. Crif; büyüme stratejisini yeni şirket satın almaları, küresel iş ortaklıkları ve teknoloji yatırımları üzerine kuran bir şirketler grubu. Bu yatırımlar 2021'de devam edecek. 2021'de 'Digital Onboarding' kap-

samında şirketlere bilgiye dayalı çözümler sunmayı sürdüreceğiz. Hemen Al Sonra Öde (HASO) ile B2B alanındaki işbirliklerimiz de büyüyecek.

**Şirketlerin dijital dönüşümlerine nasıl katkı sağlıyorsunuz?**

Dijital çözümlerimizle başta KOBİ'ler

olmak üzere ihracatçıları dünyaya açıyoruz. İhracatçılarımız 190 ülkeden 200 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı D&B Hoovers online veri tabanımızla, müşterilerini nokta atışı olarak bulabiliyor. Yurtdışı müşteri bulma süreçlerini verimli ve kârlı hale getiriyoruz. D&B Hoovers, potansiyel müşterilere ulaşma oranını yüzde 60 artırıyor. İhracatçılarımıza ilgilendikleri şirketler için Crif Ticari Bilgi raporları da sunuyoruz.

**KOBİ'lere özel hizmetleriniz var mı?**

KOBİ'lerin ticari risk yönetimi ve alternatif pazar arayışına ilgileri arttı. D&B Hoovers platformumuza olan ilgi de artış gösterdi. Bu çözümü kullanan şirketlerin yüzde 55'ten fazlası KOBİ segmentinde. 2020'de, Crif Portal Ticari Risk Yönetimi ve D&B Hoovers çözümlerimizi birleştiren KOBİ'lere özel indirimli paketlerimizle, risk yönetimi ve potansiyel müşteri tespiti konusunda KOBİ'lerimizi destekledik. Tahsilat riskine karşılık müşterilerinin piyasa ödeme performansını takip etmek isteyen KOBİ'lerin Ticari Alacak Performans ve Portföy Yönetimi (T-APPY) çözümüne olan talepleri de arttı.

## "Açık bankacılığa yönelik fintechlerle işbirlikleri yapıyoruz"

**AMERICAN EXPRESS İŞBİRLİĞİ:** Digital Next kapsamındaki çözümlerden biri de açık bankacılıkta sağlanan hizmet ve oluşturulan işbirlikleri. Crif, American Express ile İtalya'da işbirliği anlaşması imzaladı. American Express, Crif Digital Next Platformu ile ödeme ve kredi bürosu verilerine erişim ve bu verilerin toplanması, sınıflandırılması, dijital ve katma değerli hizmetler ile pazara özgü veri ve analiz konularında hizmetlerinden yararlanabilecek.

**SİSTEM TASARIMI ÇÖZÜMLERİ:** Açık bankacılık sisteminin geliştirilmesine yönelik Türkiye'de de yerleşik fintechlerle işbirlikleri yaparak sistem tasarımında çözümler geliştiriyoruz. HASO Platformu ile 2019 başından beri B2C alanında e-ticaret şirketlerine açık hesap ve taksit kararının verildiği uygulamaların geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz. Bireylerin veya şirketlerin değerlendirileceği, kredi kararının verileceği tüm algoritmaları biz kurduk. Bu uygulamalarla e-ticaretteki tek taraflı güven karşılıklı hale gelirken, iade işlemlerinden kaynaklanan ek iş yükleri de ödeme bir ay sonra başladığı için ortadan kalkıyor.

# Eğitime ücretsiz yazılım desteği veriyor

ViewSonic, eğitim alanı için özel olarak geliştirdiği myViewBoard ekosistemini, pandemide dijital eğitimde yaşanan sorunları en aza indirmek için tüm eğitim kurumları ve öğretmenlerin ücretsiz kullanımına açtı. ViewSonic Türkiye, Orta ve Doğu Avrupa Bölge Müdürü Hasan Koçyiğit, web sitesinden üye olan eğitimcilerin sistemden ömür boyu ücretsiz faydalanabileceklerini söylüyor.

Dünyada pandemi nedeniyle öğrenciler uzun süredir evlerinden online olarak derslere katılıyorlar. Bu süreçte derslere bağlanma, teknik nedenlerle dersten düşme gibi bir takım sorunlar yaşanabiliyor. Eğitimde yaşanan aksaklıkları gören global görsel çözüm sağlayıcısı ViewSonic, eğitim alanı için özel olarak geliştirdiği myViewBoard ekosistemini, pandemide dijital eğitimde yaşanan sorunları en aza indirmek için Türkiye'nin her yerindeki eğitim kurumları ve öğretmenlerin kullanımına ücretsiz açtı. Bu dönemde web sitesinden myViewBoard'a üye olan eğitimciler, sistemden ömür boyu bedelsiz olarak faydalanabilecekler. ViewBoard interaktif tahtaları ve tüm tahtalar ile uyumlu olan myViewBoard, şu an dünyada 2 milyondan fazla öğretmen, öğrenci ve profesyonel tarafından kullanılıyor. Öğretmenler ve öğrenciler herhangi bir yazılım kurulumuna gerek olmadan istedikleri bilgisayar, tablet ya da mobil telefondan sadece bir tarayıcı yardımı ile oturum açabiliyor ve dersler daha sonra izlenmek üzere kaydedilebiliyor. Ekosistemin web tabanlı olması sürekli güncel kalmayı sağlıyor.

ViewSonic Türkiye, Orta ve Doğu Avrupa Bölge Müdürü Hasan Koçyiğit, MyViewBoard'un eğitim profesyonellerinin dijital alanda yaşadığı sorunları çözmek için eğitim odaklı geliştirildiğini söylüyor.

myViewBoard ekosistemini kullanan global kullanıcı sayısı hedefinin 5 milyon kullanıcı olduğuna işaret eden Koçyiğit, bu yıl

## 100'ün üzerinde ülkede

Kaliforniya'da kurulan ViewSonic, dünya çapında görsel çözümler sağlayıcısı. Dünya genelinde 100'den fazla ülkede iş yapan ViewSonic, monitörler, projektörler, dijital işaretler, ViewBoard interaktif ekranları ve myViewBoard yazılım ekosistemini içeren geniş kapsamlı donanım ve yazılım çözümleri sağlıyor. Görsel ekranlar konusunda 30 yıldan fazla deneyime sahip olan şirket, eğitim, işletme, tüketim ve profesyonel piyasalar için yenilikçi çözümler sunuyor.

HASAN KOÇYİĞİT





Türk eğitim sektöründe 100 bin eğitimciye ulaşmayı da hedeflediklerini vurguluyor.

### Çözüm sunuyor

Hızlı bir değişim dönemindeyiz ve bu süreçte öğrenciler yeni araçlara iyi adapte olurken, öğretmenler bir dizi zorluğun olduğu yeni bir ortama atıldı. myViewBoard ekosistemi, dijital eğitimin yeni bir alan olması nedeniyle öğretmenlerin ilgi çekici dijital içerik hazırlama ve sınıf yönetimi konusunda yaşadıkları sorunlara çözüm sunuyor. Eğitim, sunum ve birlikte çalışma için optimize edilmiş çeşitli servisleri bünyesinde toplayan myViewboard ekosistemi, öğretmenlere ilgi çekici etkili içerikler hazırlama, dijital alanda bir sınıf ortamı oluşturma ve yönetme gibi birçok çözüm sunuyor. Eğitim kaynakları ve favori web tarayıcıları ile uyumlu olan ekosistem, öğretmenlerin daha önce hazırladıkları PDF dersleri ve Google sunumlarını sisteme aktarmalarına olanak tanıyor. Aynı zamanda barındırdığı özellikleriyle öğrencilerin online eğitimde yaşadığı zayıf etkileşim, dikkat dağınıklığı ve düşük katılım gibi sorunlarını da ortadan kaldırıyor.

Teknolojinin öğretmenin yerini alması değil, yanında kılavuzluk etmesinin gerektiğine dikkat çeken Koçyiğit, "Mevcutta kullanılan iş odaklı dijital platformların eği-



timdeki ihtiyaçları tam olarak karşılamasına karşın, myViewBoard eğitim odaklı bir yazılım olarak öğretmenlerin hayatını kolaylaştırıyor" diyor.

### Eğitimi kolaylaştırıyor

Kolay kullanımı ile dikkat çeken myViewBoard'da öğretmenler, beyaz sayfadan çıkmadan dersine eklemek istediği tüm içeriklere tek tuşla ulaşabilirken, görüntüleri, videoları sadece sürekle bırak yaparak ders içeriklerine alıp, dersleri buluta kaydederek öğrencilerle paylaşabiliyorlar. Ekran paylaşımı ve ekran yakalama özellikleri ile öğrenciler her zaman ders kayıtlarına ulaşabiliyor ve istedikleri zaman tekrar yapabiliyorlar. K-12'den yüksek öğrenime kadar, ortak çalışmayı destekleyen ekosis-

tem, interaktif eğitim çözümleri ile öğretmenler ve öğrenciler arasında karşılıklı iş birliğini teşvik ediyor.

Öğrenciler, myViewBoard Classroom'da dijital tahtadaki soruları yanıtlatabiliyor ve çözebiliyor. Sesli konferans ve canlı sohbet ile öğrencilerin başarısında büyük etken olan etkileşimli katılım imkânını sunan myViewBoard, yerleşik tek yönlü video akışı ile öğrencilerin öğretmenleri görmesini sağlıyor ancak mahremiyetleri korumak amacıyla öğrenciler kamera karşısında sınıfın geri kalanına gösterilmiyor. Teknolojisinde siber güvenliğe önem veren ekosistem, GDPR ve KVKK regülasyonları yüzde 100 uygun olması yanında hem iletişim hem de en üst düzeyde veri sızıntılarını önlemek amacıyla 256 bit şifrelenen uluslararası en üst seviyede alt yapılarla destekleniyor. 'Güvenli Öğrenme Alanı' ile Google ve Microsoft çoklu oturum açma özelliği kapsamında yerleşik güvenli kimlik doğrulama sistemiyle yalnızca uzaktan derslere katılma izni olanlar sınıfta bulunabiliyor.

Sistem, zayıf internet bağlantısı olan alanlarda da kesintisiz erişim imkanı sağlıyor. Google Chrome, Microsoft Edge üzerinde çalışan, Windows, Mac ve Chrome OS ile uyumlu olan ekosistem, 100'den fazla görsel içerik sağlayıcısı tarafından destekleniyor. Evden eşzamanlı öğretim için video konferans ve canlı yayın hizmeti ile tekli oturum açma (SSO) özelliğine sahip tek beyaz tahta yazılım olan ekosistem ekran paylaşımı ve yayın işlevine sahip özellikleri ile evden kesintisiz eşzamanlı öğretim için tümleşik video seçeneği sunan bulut tabanlı bir yazılım.



# “Küresel stratejiyi Türkiye’ye taşıdık”

Dünyanın en önde gelen laboratuvar malzemesi üreticilerinden Greiner Bio-One’ın Türkiye Genel Müdürü Volkan Birlik, küresel şirketin ‘Blue Plan’ stratejisini Türkiye’ye de taşıdıklarını söylüyor. Birlik, “Yenilenebilir enerjinin payını artırarak emisyon hacmimizi yoğun biçimde azaltacağız. 2030 yılına kadar kapsamlı bir dögüsel şirket olmak istiyoruz” diyor.

Merkezi Avusturya’nın Kremsmünster kentine olan Greiner Grubu, ambalaj, sağlık, profil, ekstrüzyon ve köpük çözümleri alanında küresel bir tedarikçi konumunda yer alıyor. Temelleri 1868 yılına Almanya’da atılan, 31 ülkede üretim tesisine sahip olan Greiner’in 10 binden fazla çalışanı ve yıllık 2 milyar Euro’ya yakın cirosu bulunuyor. Greiner Grubu bünyesinde Greiner Packaging, Greiner Bio-One, Greiner Foam ve Greiner Extrusion gibi dört ayrı şirket yer alıyor. Bu şirketler, ambalajlama, mobilya, havacılık ve otomotiv endüstrileri için tıbbi teknoloji-laboratuvar malzemeleri ve profil ekstrüzyonu konularında üretim faaliyeti gerçekleştiriyor. 2016 yılından bu yana Türkiye’de faaliyet gösteren tıbbi teknoloji ve laboratuvar malzemeleri üreticisi Greiner Bio-One’ın Türkiye Genel Müdürü Volkan Birlik ile pandemi sürecinde sektörün durumu ve şirketin önümüzdeki döneme ilişkin stratejilerini konuştuk.

**Greiner Bio One Turkey olarak önümüzdeki döneme ilişkin stratejinizi nasıl şekillendiriyorsunuz?**

Gelecekte yalnızca sürdürülebilir faaliyette bulunan şirketlerin ekonomik olarak başarılı olacağına inanıyoruz. Bu sürece ilişkin “Blue Plan” adını verdiğimiz bir gelecek stratejisi oluşturduk. Blue Plan, yeni sürdürülebilirlik stratejimizin adıdır ve dünyanın her yerindeki Greiner işletme bölümleri için geçerlidir. Blue Plan üç ana tematik alanı odak noktasına taşımaktadır: İklim koruması, dögüsel ekonomi ve insanlar iklim

## “Sektörün 18 milyar TL’lik alacağı birikti”

Kamu ve üniversite hastaneleri tarafından satın alınan tıbbi cihazların ödeme vadelerindeki belirsizlik, tıbbi cihaz sektörünün pandemi sürecinde sağlık hizmetlerine kesintisiz devam edebilmesinin önündeki en büyük engellerden birisi olarak karşımızda duruyor. Bazı tıbbi cihaz tedarikçilerinin kamu hastanelerinden 14 ay, üniversite hastanelerinden ise 37 ayı aşan sürelerle alacaklarını tahsil edemedikleri, kamu hastanelerinden yaklaşık olarak 10 milyar TL, üniversite hastanelerinden 8 milyar TL olmak üzere, toplam borcun ülke genelinde toplam 18 milyar TL’yi bulduğu belirtilmektedir. Hem ödemede ki bu belirsizlik ve kur artışları hem de finansal kaynaklara ulaşmada yaşanan bu zorluklar cihaz sektörünü içinden çıkılmaz bir darboğaza sokmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir bir sağlık ekosistemi için sektörün taşıdığı finansal yükün hafifletilmesi oldukça önemli bir hal almakta ve düzenli bir ödeme sistemine ihtiyaç duyulmaktadır.



koruması başlığı hepimizi ilgilendirmektedir. Greiner olarak biz, iklim değişikliğine karşı olan mücadeleye katkıda bulunmak istiyoruz. Bu amaç doğrultusunda yenilenebilir enerjinin payını artırarak ve enerji verimliliğini sürekli geliştirerek, emisyon hacmimizi yoğun biçimde azaltacağız. Dögüsel ekonomi hedefimiz ile 2030 yılına kadar kapsamlı bir dögüsel şirket olmak istiyoruz.

2030 yılına kadar, tüm çalışanlarımızı, geleceğin zorluklarıyla mücadeleye hazır hale getirmek istiyoruz. Kaynakları dönüşüm döngüsüne dahil etmek, önümüzdeki on yılın en büyük zorluğu olacaktır. Dolayısıyla şirket olarak, sürdürülebilir ürün tasarımına daha fazla odaklanacağız. Hedefimiz, ürünlerimizin çevresel etkilerini en aza indirmeye devam etmek ve üretim

sürecinde kaynak kullanımını optimum seviyede tutmaktır. İnsan ise dünyamız için en önemli etki faktörüdür. Kişilerin bilgi ve becerileri, sürdürülebilir bir geleceğin temel taşıdır. Dolayısıyla eğitim ve meslek geliştirme alanına her zaman olduğundan daha fazla yatırım yapacağız, iş ve sağlık güvenliğine yoğunlaşacağız ve çeşitlilik alanındaki çabalarımızı güçlendireceğiz.

### **Tüm Dünya'yı etkileyen pandemi sürecinden bahsedecek olursak, sektörünüz nasıl etkilendi ?**

İnsan sağlığına karşı olan sorumluluğumuzun bilinciyle bu süreçte acil aksiyon almamız gerekiyordu. Bu doğrultuda araştırma geliştirme ekiplerimizin ve üretim bölümümüzün üstün çalışmalarıyla Covid 19 testleri için örneklerin taşınabileceği virüs taşıma tüpümüzün üreterek dünya piyasasına sunduk. Bununla beraber aşı geliştiren bazı firmaların araştırma geliştirme sürecinde ihtiyaç duydukları bazı sarf malzemelerin teminini sağlayarak bu sektöre de katkıda bulunduk. Bunlar bizler için pandemi sürecinin bizlere olumlu etkisiydi. Bununla beraber, sağlık kuruluşlarının genelde Covid-19 şüphesi taşıyan kişilere ve acil hastalara odaklanması ve diğer şikayetlere sahip olan hastalar için poliklinik hizmetlerinin geçici süreliğine neredeyse durdurulması ve bireylerin enfeksiyon kapma endişesi ile rutin tedavi ve şikayetleri olanların, sağlık kuruluşlarına gitmekten kaçınmaları sebebi ile hasta hacminin düşmesiyle bazı tıbbi cihaz firmalarının cirolarını negatif yönde etkilemiştir.

### **Peki bu negatif etkiyi siz ne oranda hissettiniz?**

Bunun bizlere yansımaları pre-analitik bölümümüz altında olan vakumlu kan alma tüplerimizle ilgili satış adetlerimizde düşmesiyle olmuştur. Ayrıca neredeyse tüm sektörlerde hayata geçirilen ve pandemi süreci bittikten sonra bazı sektörlerde bunun devamlılığının olacağını düşündüğüm evden çalışma süreci hepimizin hayatımızı olumlu ve olumsuz bir boyut getirmiştir. Bizler pandemi sürecinin başından beri evden çalışma sürecimizi başlattık, burada önceliğimiz olan çalışanlarımızın ve ailelerine karşı olan sorumluluğumuzu yerine getirerek, bu süreçte adaptasyonlarını kısa



sürede sağlayıp verimliliği arttırmak oldu. Umarım yeni yılla beraber aşılardan bulunması ve dünya genelinde uygulamaya başlamasıyla bu sürecin son bularak hep beraber eski normal hayatımıza dönmeyi umut ediyorum.

### **Döviz kurlarındaki değişkenlik, hastane ödemelerinin uzun bir zamana yayılmasının etkileri sizi ve sektörü nasıl etkiliyor?**

Artan döviz kurları, tüm tıbbi cihaz ithalatçıları olduğu gibi Greiner Bio-One Türkiye'yi de oldukça olumsuz etkiledi ve etkilemeye de devam ediyor. Tıbbi cihaz ithalatı yapan firmaların yurt içinde işti-

rak ettiği ihale ve anlaşmalı satış fiyatları daima TL sabit iken, örneğin yıl başından bu yana dövizde yaşanan ortalama yüzde 45'lik artış, ithalatçı firmaları her seferinde daha yüksek fiyatlarla satın alımı yapmaya zorlamakta ve bu durum firmaların maliyet yükünü arttırmaktadır. Bu duruma ek olarak Avrupa Birliği'ne dahil olmayan ülkelerden yapılan ithalatlara ek gümrük vergi getirilmesi, tıbbi cihaz ithalatının maliyetinin daha da artmasına bu sebeple ithalatın durağanlaşmasına ve ithalatçı firmaların finansal açıdan içinden çıkılması oldukça zor bir duruma düşmelerine sebep olmaktadır.



KOBİLGİ

Prof. Dr.  
Volkan Demir

Galatasaray Üniversitesi  
İİBF, İşletme Bölümü,  
Muhasebe-Finansman  
Anabilim Dalı  
Öğretim Üyesi  
vdemir@gsu.edu.tr

# 2021 YILI FİNANSAL RAPORLAMA VE DENETİM SÜRECİ

Mart ve Nisan ayları özellikle şirketlerin Türk Ticaret Kanunu'na göre yapması gereken faaliyet raporlarının hazırlanması, genel kurulların yapılması gibi zorunlulukları birlikte getirdiğinden, bu yazımda Türk Ticaret Kanunu'nun getirdiği önemli bazı konuları hatırlatmaya çalışacağım.

“Bağımsız Denetime Tabi Olacak Şirketlerin Belirlenmesine İlişkin Bakanlar Kurulu Kararına” (“Karar”) istinaden; 35 milyon aktif toplam, 70 milyon net satış hasılatı ve 175 çalışan kriterlerinden herhangi ikisini 2019 ve 2020 yıllarında sağlayan şirketler 2021 yılında bağımsız denetime tabi olmuştur. 2021 yılı için bir değişiklik olmaması durumunda da aynı rakamlar geçerli olacaktır. Bağımsız denetime tabi şirketlerde bağımsız denetim süreci ile ilgili aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir.

## 1 Bağımsız Denetim Kuruluşu'nun Seçilmesi

Denetimi yapılacak faaliyet dönemi içerisinde yönetim kurulu kararı ile tavsiye edilerek, genel kurulca bağımsız denetim kuruluşunun seçilmesi gerekmektedir.

26.12.2012 tarihli ve 28509 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Bağımsız Denetim Yönetmeliği'nin 11.maddesinin 3'üncü fıkrasına göre; Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşların (“KAYİK”) ve faaliyet alanları, işletme büyüklükleri, çalışan sayısı ve

benzeri ölçütlere göre Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (“KGK”) tarafından belirlenen işletmelerin denetimi yalnızca KGK tarafından yetkilendirilmiş denetim kuruluşları tarafından yapılabilmektedir. KAYİK'lerin denetimi yalnızca denetimi üstlenen bağımsız denetçiler tarafından yapılamamaktadır.

Bağımsız denetçi seçilirken KGK'nın rotasyona ilişkin yönetmelik ve kurul kararları dikkate alınmalıdır. Bağımsız denetim kuruluşları 10 yıl içinde 7 yıl aynı şirketi denetleyebilmektedirler. Bu süre içerisinde de en fazla 5 yıl sonra denetim ekiplerinin rotasyona tabi tutmaları gerekmektedir. Denetimi üstlenen bağımsız denetçilerde ise rotasyon süresi 5 yıldır. Rotasyon uygulaması şirketin tabi oldukları mevzuata göre (TTK, SPK, BDDK, EPDK vb) bağımsız denetim kapsamına alındıkları tarihte başlamaktadır. Ancak herhangi bir mevzuata göre bağımsız denetime tabi olmayıp yine de geçmişte aynı denetim firmasına bağımsız denetim yaptırmış şirketler için 2013 yılından başlamaktadır. Örneğin; Halka açık olmayan bir şirket 2014 yılında Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenen rakamlara göre bağımsız denetime tabi olduysa, ancak bu şirket yönetimin isteği üzerine 2010 yılında itibaren aynı denetim kuruluşuna bağımsız denetim yaptırmışsa, bu şirket için rotasyon uygulaması 2013 yılından itibaren başlamaktadır.

## 2 Bağımsız Denetim Sözleşmesinin İmzalanması

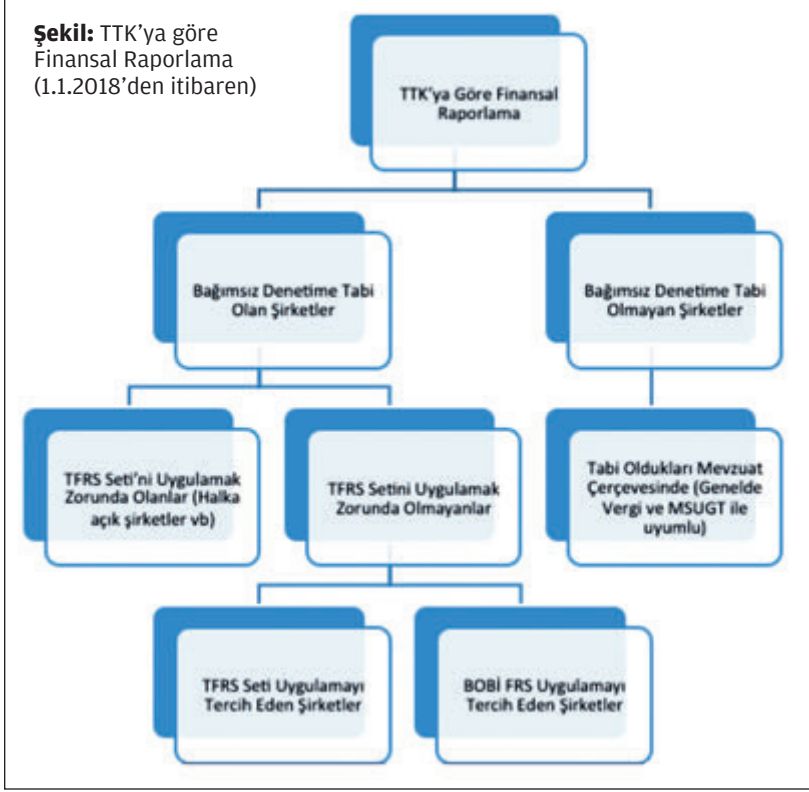
Denetlenecek şirket ile bağımsız denetim kuruluşu (veya denetimi üstlenen bağımsız denetçi) arasında KGK tarafından yayımlanan Türkiye Denetim Standartları (“TDS”)nın bir parçası olan Bağımsız Denetim Standartlarına (BDS 210) uygun olarak hazırlanan bağımsız denetim sözleşmesinin imzalanması gerekmektedir.

Denetçi seçiminin genel kurulda yapılmasının ardından en geç 60 gün içinde sözleşme yapılır. Sözleşmenin imza tarihini takip eden günden itibaren en geç 30 gün içerisinde “KGK Sözleşme Bilgi Girişi Portalı” üzerinden KGK'ya bildirilmesi gerekmektedir. EPDK, SPK v.b. (süreler farklı olabilmektedir) kurumlara yapılacak bildirimlerin de ayrıca gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

## 3 Finansal Tabloların Hazırlanması

KGK, yaptığı düzenleme ile halka açık olmayan, BDDK kapsamında bulunmayan, sadece yukarıdaki kriterlerden KAYİK sayılan şirketlerin de bağımsız denetime tabi olduğunu, ancak bu şirketlerin finansal tablolarını; isterlerse TFRS setine göre isterlerse de KGK tarafından yayınlanan BOBİ FRS'ye göre hazırlayabilecekleri duyurulmuştur.

**Şekil:** TTK'ya göre Finansal Raporlama (1.1.2018'den itibaren)



#### 4 Yönetim Kurulunun Yıllık Faaliyet Raporu'nun Hazırlanması

Türk Ticaret Kanunu'nun 437'nci maddesinin 1'inci fıkrasına göre; finansal tablolar, konsolide finansal tablolar, yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu, denetleme raporları ve yönetim kurulunun kâr dağıtım önerisi, genel kurulun toplantısından en az onbeş gün önce, şirketin merkez ve şubelerinde, pay sahiplerinin incelemesine hazır bulundurulmalıdır.

TTK'nın 514. Maddesi uyarınca ise yönetim kurulu, geçmiş hesap dönemine ait, Türkiye Muhasebe Standartlarında öngörölmüş bulunan finansal tablolarını, eklerini ve yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporunu, bilanço gününü izleyen hesap döneminin ilk üç ayı içinde hazırlamalı ve genel kurula sunmalıdır.

Ancak; 28.08.2012 tarih ve 28395 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Şirketlerin Yıllık Faaliyet Raporunun

Asgari İçeriğinin Belirlenmesi Hakkında Yönetmeliğin" 16'ncı maddesi uyarınca yıllık faaliyet raporu ilgili olduğu hesap döneminin bitimini izleyen iki ay içinde hazırlanacağı ve şirketin yönetim organı başkanı ve üyeleri tarafından imzalanarak onaylanacağı belirtilmiştir.

Yıllık faaliyet raporlarında yer verilen finansal tabloların, Türkiye Muhasebe Standartlarına uygun olarak hazırlanan finansal tablolar olması, finansal tablolar ve faaliyet raporunun bağımsız denetimden geçmesi zorunludur. TTK 397'inci maddesine göre; denetime tabi olduğu hâlde söz konusu denetimi yaptırmayanların finansal tabloları ve yönetim kurulu yıllık faaliyet raporu düzenlenmemiş hükmündedir.

Ayrıca TTK 397'nci maddesinin 2'nci fıkrasına göre;

"Denetime tabi olanlar, hazırlanmış olan finansal tablolarının denetimden geçip geçmediğini, denetimden

geçmiş ise denetçi görüşünü ilgili finansal tablonun başlığında açıkça belirtmek zorundadır. Bu hüküm, yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu için de uygulanır. Denetime tabi olduğu hâlde, denetletirilmemiş finansal tablolar ile yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu, düzenlenmemiş hükmündedir."

#### 5 Bağımsız Denetime Tabi Şirketlerin İnternet Sitesi Açma Zorunluluğu

31.05.2013 tarih ve 28663 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sermaye Şirketlerinin Açacakları İnternet Sitelerine Dair Yönetmelik" uyarınca bağımsız denetime tabi olan şirketlerin, bağımsız denetim kapsamında girdikleri tarihten itibaren üç ay içerisinde internet sitesi kurmak ve bu sitenin belirli bir bölümünü şirketçe kanunen yapılması gereken ilanların yayımlanması için özgülmesi gerekmektedir.

Yönetmeliğin 5.Maddesinin 3'üncü fıkrası uyarınca şirketler, internet sitesine ilişkin yükümlülüklerini doğrudan kendileri yerine getirebilecekleri gibi Merkezi Veri Tabanı Hizmet Sağlayıcılarından ("MTHS") destek hizmeti almak suretiyle de yerine getirebilirler. Maliyetler göz önünde bulundurulduğunda şirketler açısından MTHS hizmetinin kullanılması daha uygun görülmektedir.

Payları, Sermaye Piyasası Kanunu uyarınca MKK tarafından kayden izlenen şirketler için MTHS faaliyeti Merkezi Kayıt Kuruluşu ("MKK") tarafından yerine getirilir.

Türk Ticaret Kanunu'na göre yıllık faaliyet ve bağımsız denetim raporlarının internet sitelerinde yayımlanma zorunluluğu bulunmamakta olup, şirketin ve sektörün bağımlı olduğu mevzuata göre yayımlama zorunluluğunun değişebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.



## JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

# Şirket bilinci olur da bilinçaltı olmaz mı? (I. Bölüm)

Hepimizin arzuladığı verimli, huzurlu ve etkili bir çalışma ortamının olmasıdır. Şirketlerin iş dünyasındaki yaşam yolculukları-şirket yaşam döngüsü- sadece ticari faaliyetlerinin sürdürülebilirliği ile değil ortak amaçların ötesinde “anlam” üzerine gerçekleştirdikleri yolculukla da ilintilidir aslında. Şirketlerin yaşam yolculuğu kuruldukları ve faaliyetlerine başladıkları andan itibaren kısacası şirket doğum anından başlıyor. Bu yolculuğun kurumsallaşıp uzun ömürlü hale gelerek yıllarca devam etmesi en büyük hedefimiz. Eğer bu olamamışsa yani şirketimiz ticari yaşam içinde “var olamamışsa”, varlığını devam ettirememişse hizmet verdikleri pazarda ticari sürelerini tamamlayıp faaliyetlerine nokta koymak durumunda kalırlar. Bir nevi ticari hayattan göç etme zamanı gelmiştir. Şirket ömrü ne kadar uzun olursa olsun bu yolculuk aslında muazzam bir hediye gibidir. Çoğu zaman belirsizlik ortamı, ticari kaygılar, iş dünyasında “var olma” mücadelesi gibi birçok neden bu hediye farkına varılmasına engel olur. Bu yüzden sunulan hediyelerin farkına varmak imkânsız hale gelebilir. Şirketlerin var olma mücadelesindeki yükü hafifletmek için amaçların

anlam ile asimptot bir biçimde ilerlemesi önemli gözüktüyor. Anlam, amaçların gerçekleşmesi için destek olan çok güçlü bir akıştır. Her şey özü itibarıyla muazzam bir akışsa, bu akış içinde şirketlerin yolculuğu akış ile bütünlenmektedir. Sağlıklı ve uzun ömürlü kalabilmek şirketlerin bu bütünlüğe ulaşabilme becerisi ile ilgilidir diyebiliriz. Peki şirketler bu bütünlüğe nasıl ulaşır?

Şöyle bir düşünelim... şirketimiz kuruldu-şirket sahibi veya bir şirketin yöneticisi olabiliriz- yani iş dünyasına doğdu. Daha şirket ortada yokken, hatta daha iş fikirleri havalarda uçuşma aşamasındayken en yakınlarımıza, dostlarımıza, iş arkadaşlarımıza, belki iş dünyasından güvendiğimiz kişilere fikrimizi, projemizi, hayata geçirmeyi düşündüğümüz şirketin neler yapacağını anlatırız. Bizi dinleyenler bu anlatılanları kendi düşünce, duygu ve deneyim dünyaları çerçevesinde karşılarlar. Tıpkı bir bebeğin doğacağı ve doğduktan sonraki aşamada çevresinin onu karşılaması gibi. Bu karşılamalar esnasında pek çok cümle, dilek, duygu yine havada ve etrafta uçuşur. Kimisi “hoş geldin güzel bebek, güzellikler getirdin bize ve dünyamıza, seni seviyoruz” diye

karşılır, kimisi ise “yine mi kız/erkek oldu...bir kız/erkek daha oldu... bu seferki kız/erkek olsaydı iyi olurdu...sıralı olsaydı keşke...ama olsun” diye karşılır.

Şirketlerde de bu süreç pek de farklı değildir. İş fikri, proje veya şirketin faaliyetleri ile ilgili konular dillendirildiğinde “ooo harika, katma değer üretecek bir iş olacak, şimdiden tebrik ederim” diyenler olduğu gibi “ne bileyim pek de fark oluşturacak gibi durmuyor” gibi sayısız yaklaşımın sergilendiği ve bu yaklaşımların birçok düşünce, duygu ve deneyim dünyasının yansımalarını içerdiğini görürüz. İşte işin “sırrı” tam da burada başlar. Şirketlerin dayanıklılığını (corporate resilience) sağlayan sır “bilinçaltı”dır. En başta ne demiştik şirket bilinci, ekip bilinci olur da bilinçaltı olmaz mı? Pekâlâ da olur.

Şirketin bilinçaltı dünyası kurulma aşamasından önce başlayan ve faaliyetlerine başladıktan sonra da devam eden çeşitli duygu, düşünce ve çevrede olup bitenlerin meydana getirdiği bir zemindir. Bu zemin sonraları şirketlerin zihin haritalarını oluşturacak ana gövdeyi de meydana getirir. Bir şirketin

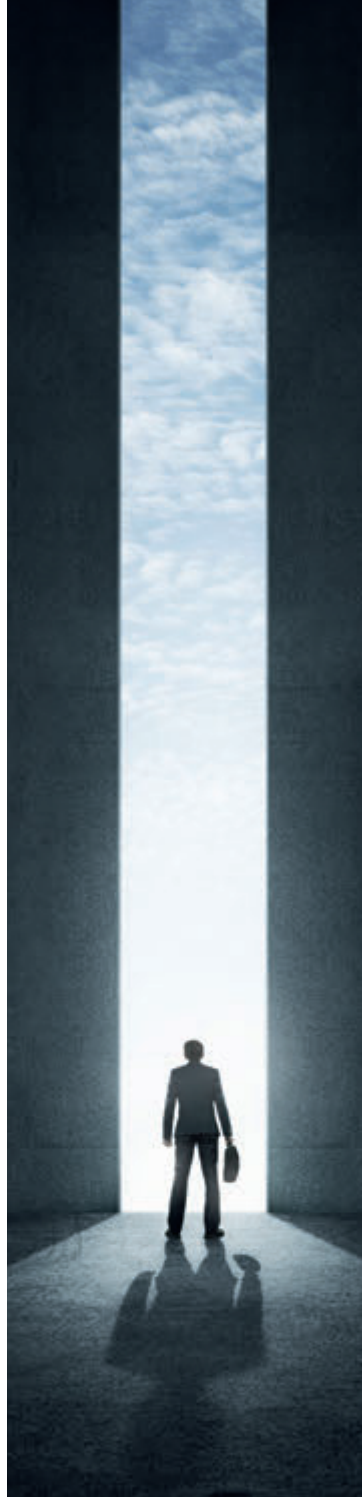
bilinçaltının olumlu ve olumsuz yönleriyle oluşmasındaki başlıca aktörler:

- Şirket kurucu ve ortaklarının vizyonu, duygu-düşünce-deneyim dünyaları
- Şirket yöneticilerinin vizyonu, duygu-düşünce-deneyim dünyaları
- Değerler ve ilkeler zinciri
- Makro (global trendler ve kültürler) ve mikro (lokal trendler ve kültürler) etkiler ve bunların parmak izleri
- Dijital teknolojiler ve etkileri vb.

Şirketlerin çok erken dönemlerinde başlayan bilinçaltı süreçleri sonraki yıllarda kurum kültürü ve kurumsal iletişim süreçlerinin de alt yapısını oluşturan en temel düzlemdir. Özetle belirtmek gerekirse şirket bilinçaltımız şirketlerimizin kökleridir. İşte bu noktada şirketlerin nereden, nasıl, ne şekilde köklendiği son derece önem taşıyor. Kurumsallaşma süreçlerinde ve kurumsal yeniden yapılanma çalışmalarında şirketler bu köklerin yani şirket bilinçaltı kodlarının nelerden oluştuğunu mercek altına almaları gerekiyor. İşe “şirket nasıl köklenmiş?” sorusuna verilecek yanıtlarla başlanmasında fayda var. Köklenme ve kök salma süreci şirketten şirkete değişkenlik gösterse de ortama 6-8 yıl arasında hızlı ve çevik bir biçimde ilerleyebilir. Birçok dönemde bilinçaltında ne yatıyor diye bakmadan hızlı bir koşuya geçilir. Büyüyelim, ciro artışımızı kısa zamanda misli misli arttıralım denir veya “aman bizim şirket daha çocuk o anlamaz, onu biz kurduk biz ne dersek o olur” denir ve en

büyük yanılgı da buralardan başlayabilir.

Bilinçaltının da janusyan özelliği bulunuyor. Zıtlıkları



içinde barındırıyor. Bütünsel bir güzellik ancak zıtlıklar var olduğunda anlamlı ve değerlidir. Bilinçaltı hem insanlar için hem de şirketler için sunulmuş bir hediyedir, köklerdir-köklerimizdir demiştik. Diğer taraftan bir diğer görevi de istemediğimiz olayları, düşünceleri, durumları karşımıza çıkartarak bize sunmasıdır. Burada her ne deneyimlemişsek bilmemiz gereken en önemli nokta bu deneyimlediklerimiz şirketimizde o zamana kadar tamamlanmamış, bütünleyemediğimiz taraflarını içerebilmesidir. Örneğin, ekip içinde motivasyonu sağlayamıyorsak bir durup bakalım şirket köklerimiz yani şirket bilinçaltımız bize ne anlatmak istiyor? Tamamlanması gereken, eksik kalmış bugüne kadar fark edemediğimiz neler var? Neyi tamamlarsak bu durumla bir daha karşılaşmayız? Olumsuz diye karşımıza çıkan durumlar, olaylar şirketlerin bilinçaltı kodlarını fark etmemiz ve üzerinde çalışmamız için ihtiyaç duyduğumuz çabayı ortaya koymamızın zamanının geldiğini anlamamıza yardımcı olur. Amacımız şirket bilinçaltında yatanlarla savaşmak değil onları kabul edip motivasyonu eksiltmeden çalışmaya devam ederek dönüşümü için çaba göstermektir.

Pek çok şey şirket bilinçaltının gizemli ve keyifli dünyasında saklı. Şirketlerin ara ara bu dünyada neler olduğuna dönüp bakmaları süreç iyileştirme çalışmaları için muazzam katkı sağlıyor. Şimdilik burada yazımıza noktayı koyalım. Gelecek ay “şirketlerin bilinç dünyasında” buluşmak üzere.



**Cem Ener**  
Kurucu Ortak  
BUBA Ventures



## YENİ EKONOMİ 2.0

# CLOUD TEKNOLOJİLERİNE GEÇİŞ YAPMAK İSTEYEN KOBİ'LER İÇİN TÜYOLAR

Ülkemiz son 10 yıldır internet çağının getirdiği her türlü imkandan yararlanmaya başlamıştır. Özellikle Covid-19 sürecinde bireylerin ve şirketlerin iş yapma alışkanlıklarında belirgin değişiklikler olmuş, internet günlük rutinizde daha fazla yer edinmiştir. KOBİ girişimcileri de işletmelerini dijitalleştirmek ve internet çağının nimetlerinden yararlanmak konusunda oldukça heveslidir. Ancak, gördüğüm kadarıyla KOBİ girişimcilerini Cloud teknolojiler konusunda doğru yönlendirecek kaynak sayısı oldukça sınırlı. Bu nedenle, bu ayki yazımda bir KOBİ girişimcisinin Cloud teknolojilerle tanışacağı süreçte kulağına küpe olabilecek nitelikte bazı tavsiyelerime yer verdim. Bu yazıdan azami faydayı sağlamanız dileklerimle...

**1** Hangi Cloud servis sağlayıcısı ile çalışabileceğiniz konusunda alternatiflerinizi sınırlayan kanunlar ve yönetmelikler mevcut olabilir. Sektörünüzü ilgilendiren kanunları ve yönetmelikleri sürecin en başında incelemelisiniz.

Sunduğu maliyet avantajı veya sahip olduğu teknolojik üstünlükler nedeniyle henüz

Türkiye'de veri merkezi bulundurmayan Amazon Web Services ve Google Cloud gibi yabancı Cloud servis sağlayıcıları ile çalışmayı düşünüyor olabilirsiniz. Diğer yandan, Kişisel Verileri Koruma Kanunu (KVKK) gibi kanunların getirdiği yükümlülükler sizi Türkiye'de veri merkezi bulunduran Cloud servis sağlayıcıları ile çalışmaya yöneltiyor olabilir. Seçim yaparken acele etmeyin ve sizin sektörünüzü ilgilendiren kanun ve yönetmeliklere mutlaka göz gezdirin. Örneğin, bankacılık ve sigortacılık sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler için, hassas nitelikteki verilerin yurt dışına çıkarılmasının önünde hukuki engeller bulunduğunu dikkate aldığımızda, Türkiye'de veri merkezi bulundurmayan yabancı Cloud servis sağlayıcılarından hizmet almanın her işletme için doğru bir tercih olmadığı ortaya çıkmaktadır.

**2** Yurt dışındaki veri merkezlerinin, yurt içindeki veri merkezlerine kıyasla yüksek 'latency', yani gecikme yaşattıklarını göz önünde bulundurmalısınız.

KOBİ'niz için kiraladığınız Cloud sunucuların ABD'nin Batı yakasında, California

eyaletindeki bir veri merkezinde barındırıldığını düşünelim. Türkiye'den sunucularınıza bağlanan kullanıcılarınız, California'da yer alan sunucularınız üzerinde çalışan uygulamaları kullanırken aradaki coğrafi mesafenin neden olduğu gecikmelere maruz kalacaklardır. AWS, Google Cloud gibi şirketlerin farklı ülkelerdeki sunucularının Türkiye'deki kullanıcılar için ne kadar latency yarattığını Cloudperf.com üzerinde yapılan canlı analizlerde görebilirsiniz. Yüksek gecikme, interaktivitenin yüksek olduğu uygulamalarda kullanıcı deneyiminin olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Bu bakımdan, kullanıcılarınız çoğunlukla hangi ülkede ise Cloud sunucularınızı o ülkede veya o ülkeye olabildiğince yakın bir noktada çalıştırmalısınız. Günümüzde Edge Computing olarak adlandırılan konsept farklı ülkelerde kullanıcıya bulunan web sitesi / uygulama yayıncıları için en iyi çözümdür.

**3** 'Vendor lock-in', yani tek tedarikçiye mahkum olma problemiyle karşı karşıya kalmamak için en baştan önlem alın.

Başta kurulum kolaylıkları nedeniyle tercih sebebi olan





bir Cloud servis sağlayıcısı uzun vadede hiçbir şekilde vazgeçemediğiniz, birlikte çalışmaya mecbur kaldığınız bir tedarikçi konumuna gelebilir. “Elini veren kolunu kaptırır” durumuna düşmemek için size uzun vadede ‘switching cost’ yaratmayacak, yani farklı tedarikçilere geçiş yapmanızda yüksek maliyetler yaratmayacak, tercihlerinizde esnek olmanızı sağlayacak bir Cloud servis sağlayıcısı seçmelisiniz. İşletmelerin IT departmanlarında sıklıkla karşılaştığım bir tutumu bu vesileyle paylaşmak istiyorum. “2 dakikada veritabanı kuruyoruz”, “Cloud sunucu sayısını tek tuşla artırabiliyoruz” gibi gerekçelerle teknik sofistikasyon seviyesi yüksek olan Cloud servis sağlayıcıları tercih eden IT uzmanları, kendi zamanlarında tasarruf sağlarken, uzun vadede çalıştıkları işletmelere çok yüksek IT faturaları çıkmasına neden oluyorlar. Bu durumun bencil bir tutum olduğunu ifade etmek

isterim. İşletmenin sahiplerinin olan biteni denetleyecek teknik bilgi seviyesinde olmaması nedeniyle bu mağduriyeti yaşadıklarına her geçen gün daha fazla şahit oluyorum. IT uzmanlarının, çalıştıkları şirketlerin IT harcamalarını optimum düzeyde tutmak için de yoğun gayret göstermeleri gerektiğine inanıyorum.

**4** Çalışacağınız Cloud servis sağlayıcısının sunucularını doğru sertifikasyonlara sahip veri merkezlerinde barındırdığından emin olmalısınız.

ISO 27001 vb. sertifikasyonlara sahip olan Cloud servis sağlayıcıları kağıt üzerinde tüm yeterlilikleri sağlıyor olabilir. Fakat dikkate almamız gereken daha birçok koşul var. Örneğin; İstanbul’daki örnekleri incelediğimizde veri merkezlerinin bazılarının deprem gibi büyük bir afet anında akıbetinin ne olacağı konusunda kuşku taşıdığımı itiraf etmeliyim. Türkiye’de

yaşadığımızı unutmayalım, deprem gibi gerçekleri bu gibi tercihleri yaparken bile aklımızda tutalım.

**5** Cloud servis sağlayıcısının Hizmet Seviyesi Anlaşması (İngilizce kısaltması ‘SLA’) taahhütlerini dikkatlice okumalısınız. Şeytan ayrıntıda gizlidir!

Cloud servis sağlayıcılarının size olan taahhütleri SLA (Service Level Agreement) ismi verilen belge ile kayda geçirilmektedir. Bu belgede bir ay içerisinde kaç dakikaya kadar aksama yaşanmasına tolerans göstermeniz beklendiği, sorun yaşadığınızda talebinize en geç kaç dakika içerisinde dönüş yapılacağı gibi detaylara yer verilmektedir. Bu bakımdan SLA çok dikkatlice okunması gereken bir belgedir. Alacağınız hizmetin kalite sınırları bu belgedeki teknik detaylarla çizilmektedir. SLA’nın eşlik etmediği bir sözleşmeye imza atmanızı kesinlikle tavsiye etmiyorum.

## MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

## 9 Mart Salı

- 16-28 Şubat 2021 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

## 10 Mart Çarşamba

- 16-28 Şubat 2021 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 15 Mart Pazartesi

- Şubat 2021 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

## 22 Mart Pazartesi

- Şubat 2021 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 24 Mart Çarşamba

- 1-15 Mart 2021 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

## 25 Mart Perşembe

- 1-15 Mart 2021 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 26 Mart Cuma

- Şubat 2021 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beynamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 31 Mart Çarşamba

- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerin, Ekim 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerin, Kasım 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 7143 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 16. Taksit Ödemesi
- 7256 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 2. Taksit Ödemesi
- GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Olarak Yıllık Beyannamenin Verilmesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerinin, Aralık 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerin, Aralık 2020 Dönemine
- Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2021 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Şubat 2021 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Şubat 2021 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2020 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisi Beynamesinin Verilmesi ve 1.Taksit Ödemesi

# İlham veren hikâyelerin yıldızları, Türkiye'nin girişimci kadınları.

İşini parlatan, ekonomiye güç katan, çevresine örnek, herkese ilham olan kadın girişimcilerimizin her zaman yanındayız.

