

KOBİ

 Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

NİSAN 2024

KOBİ'LER İÇİN 2024 DESTEKLERİ

HİBE VE FİNANSMAN
PAKETLERİ

KADIN GİRİŞİMCİLERE
ÖZEL DESTEKLER

HANGİ ŞARTLAR
ARANIYOR?

“OYUN DEVİ ROBLOX'A GİRİŞ YAPTI | “UNICORN OLMA HEDEFİMİZE YAKLAŞIYORUZ”

“ÖNDE GELEN ŞİRKETLERİN YAPAY ZEKA ORTAĞI OLDUK”



KOBİ'lerin düze çıkması için destek şart

Ülke olarak son birkaç yılda zor zamanlardan geçtik. Gerek pandemi sonrasında yükselen enflasyon, gerek çevremizdeki savaş ortamı, gerekse 6 Şubat 2023'te hepimizi yasa boğan Kahramanmaraş felaketinin yarattığı yıkım ekonomide, iş dünyasında, üretim ve ihracatta ciddi sıkıntılara neden oldu. Bunlarla birlikte, son 1 yılda yaşadığımız genel ve yerel seçimlerin yarattığı belirsizlikler de yatırım ortamını olumsuz etkileyen bir diğer faktör oldu.

Şimdi ise seçim dönemini geride bırakmış olarak yeniden ekonomideki sıkıntılara odaklanmamız gereken bir döneme girmiş bulunuyoruz. Önümüzde, sürpriz bir gelişme olmazsa seçimsiz geçireceğimiz 4 yıl var. 2028'e kadar geçecek zamanda, enflasyonu düşürüp yatırım ortamını daha istikrarlı ve sürdürülebilir bir hale getirebiliriz.

Elbette bu noktada Türkiye'de ekonominin yüzde 95'ten fazlasını oluşturan KOBİ'lerin performansı belirleyici olacak. İşte tam da bu nedenle KOBİ'lerin finansa erişiminden dijital altyapıya,

istihdamdan yurtdışı pazarlara açılmaya kadar pek çok alanda desteklenmesi, güçlendirilmesi büyük önem taşıyor. Zira KOBİ'ler, 2024 yılında ekonomide atılması beklenen iyileştirici adımların da etkisi ile yeniden yüzünü yatırıma dönmeye hazırlanıyor.

Bu kapsamda küçük ve orta boy işletmelere verilecek olan destekler ise adeta 'can suyu' olacak. Özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından verilen destekler KOBİ'ler için büyük avantajlar sunuyor.

KOSGEB, bu yıl 51 bin, 2025'te 52 bin, 2028'de ise 55 bin işletmeye destek vermeyi öngörüyor. Destekler içinde imalat sanayisinin payı artırılacak, KOBİ'lerin kurumsal kapasiteleri geliştirilerek, rekabetçilikleri de bu dönemde güçlendirilecek. Destekler içinde orta yüksek ve yüksek teknoloji düzeyli sektörlerin payı da bu yıl yüzde 25'e, 2025'te yüzde 26'ya ve 2028'de ise yüzde 30'a yükseltilecek. Biz de bu sayımızda kapak konumuzu bu desteklerin içeriğine ve koşullarına ayırdık.

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

KOBİ
GİRİŞİM

Garanti BBVA

EkonomistEKONOMİ
İŞ VE FİNANS
HABER DERGİSİ**DB**YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıcılık ve Pazarlama A.Ş.**GENEL MÜDÜR** Cem M. Başar
YAYIN DİREKTÖRÜ Sedef Seçkin Büyük
GENEL YAYIN YÖNETMENİ (Sorumlu) Talip Yılmaz
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ Gözde Yeniova Saylak
HABER MÜDÜRÜ Aram Ekin Duran
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar**HABER MERKEZİ**Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü),
Burcu Tuway (Haber Editörü),
Sibel Atik (Haber Editörü), Ceren Oral Balaban
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ
Funda Demirci Ayan**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 577 31 56
ekonomist@doganburda.com**YÖNETİM****SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FINANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ Eren Demir**REKLAM****REKLAM VE ETKİNLİK GRUPO BAŞKANI**
Ali Erman İleri
REKLAM GRUPO BAŞKAN YARDIMCISI
Seda Erdoğan Dal, Neyran Cınar
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Burcu Acavut, Burcu Kevsir Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Maya Yılmaz, Mürvet Yılmaz
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0212 336 53 61-62**HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ** Aysel Şener
Tel: 0 212 336 53 75
REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ
Hülya Erdoğan
Tel: 0 212 336 53 72
REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**
Sezinur Balıkcıoğlu
REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey
Tel: 0 312 577 31 56**ETKİNLİK ve MARKA YÖNETİMİ**
ETKİNLİK ve PROJE KOORDİNATÖRÜ Nihal Ayan
MARKA YÖNETMENİ Nil Özarpak**YÖNETİM YERİ**Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81**BASKI**Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08
www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716**DAĞITIM**

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık**FİPP** üyesidir.

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

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

Tel: (0 212) 478 0 300

ÇALIŞMA SAATLERİabone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.



Son 2 yılda enflasyon nedeni ile zor geçiren KOBİ'ler, 2024 yılında ekonomide atılması beklenen iyileştirici adımların da etkisi ile yeniden yüzünü yatırıma dönmeye hazırlanıyor. Bu kapsamda küçük ve orta boy işletmelere verilecek olan destekler ise adeta 'can suyu' olacak. Özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından verilen destekler KOBİ'ler için büyük avantajlar sunuyor.



Türkiye'nin öne çıkan yapay zeka şirketlerinden biri sahip olan Abra Partners'in CEO'su ve Kıdemli Ortağı Önder Hasan Badem, "Bizim dışımızda ülkemizde sunumu pek mümkün olmayan yapay zeka tabanlı teknolojilerimiz ile Türkiye'nin en önde gelen şirketlerinin sürekli dönüşümünün bir parçası haline geliyoruz" diyor.



Ortaya çıktığı 2016 yılından bu yana perakende ve TV kategorilerinde önemli bir büyüme kaydeden Kral Şakir, Türkiye'nin en önemli çocuk ve aile loyomark konumuna ulaştı. Karakter şimdi de dünyanın en büyük oyun platformlarından biri olan Roblox'a dahil oldu.

05 HAZIR GİYİM
Elissa Studio markasıyla hazır giyim işine girdi

06 KOBİ Gündemi

08 KAPAK KONUSU
KOBİ'LER İÇİN
2024 DESTEKLERİ

12 GARANTİ BBVA PARTNERS TECH
Programa kabul edilen 5 girişim belli oldu

14 YAPAY ZEKA
"Önde gelen şirketlerin yapay zeka ortağı olduk"

16 EV DEKORASYONU
Ahır atölyeye çevirdi, tasarım mum üretti

17 DİJİTAL TEKNOLOJİ
Ortadoğu ve Avrupa'da büyüme hedefliyor

18 ÇOCUK GİYİM
"Japonya'ya çocuk hırkası gönderiyoruz"

20 ANİMASYON
Kral Şakir oyun devi Roblox'a giriş yaptı

22 BULUT BİLİŞİM
"Unicorn olma hedefimize yaklaşıyoruz"

24 BOYA VE KAPLAMA
Boya sektöründe kadın girişimcilik fırsatı

26 FINTECH
"Finansal teknolojilerde global marka olacağız"

28 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
"Enerji verimliliği için farkındalık oluştu"

30 MEDİKAL ESTETİK
20 ülkeye medikal korse ihraç ediyor



Teknoloji tabanlı girişimlere destek vermek amacıyla hayata geçirilen Garanti BBVA Partners Tech Programı'na katılmaya hak kazanan 8. dönem girişimler belli oldu. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, "Bu programla hızlı ve yüksek büyüme potansiyeline sahip teknoloji girişimciliğini destekleyip global pazarlara açılma kapasitelerini artırmayı amaçlıyoruz" diyor.



32 ENTEGRE HİZMETLER
"Odak noktalarımız enerji ve teknoloji"

34 DANIŞMANLIK
"Uzaktan çalışanlara hizmet ihracatı yapacağız"

36 BİLGİ TEKNOLOJİLERİ
Hem yerli hem global markaların çözüm ortağı

37 MOBİL UYGULAMA
Mahallenin 'Bakkal'ı ABD'de hızlı büyüyor

38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:
İktisat tarihinde kondratieff dalgaları

40 Cem Ener:
Başlangıç aşamasındaki girişimciler için altın kurallar

42 VERGİ TAKVİMİ

Elissa Studio markasıyla hazır giyim işine girdi

Tekstil sektörüne 2010 yılında adım atan Elissa Group, Elissa Stampa ve Elissa Studio markasıyla tekstil ve hazır giyim pazarında büyüyor. 2023 yılını 100 milyon TL ciroyla kapatan şirket, 2024 yılı için yüzde 30 büyüme hedefi koydu.

Dünya tekstil üretiminin önemli oyuncularından biri olan Türkiye’de geçen yıl 9 milyar 558 milyon 447 bin dolarlık ihracat gerçekleşti. Çok sayıda üreticinin yer aldığı pazarda son yıllarda şirketler markalaşma çalışmalarıyla dikkat çekiyor. Bunlardan biri de 2010 yılında kurulan Elissa Group. Elissa Stampa markasıyla yerli ve yabancı şirketlere kumaş tedarigi hizmeti veren şirket, 2022 yılında bu alandaki deneyimini hazır giyim sektörüne taşıdı ve Elissa Studio’yu kurdu.

Elissa Studio’yu moda dünyasına özgünlük ve çevreye duyarlılık katma misyonuyla kurduklarını söyleyen Elissa Group Yönetim Kurulu Başkanı Onur Oğuzhan, “Daha önce Elissa Stampa markası altında hazır giyim markalarına baskılı kumaş koleksiyonları sunarak faaliyet gösterdik. Tüm bu üretim birikimimizi kullanarak Elissa Studio’yu 2022 yılında faaliyete geçirdik. Elissa Studio, cironun yüzde 10’luk bir kısmını oluşturuyor” diyor. Türkiye’de 2023 yılında ilk mağazasını açan Elissa Studio’yla her yıl en az bir mağaza açılması hedefleniyor.

Yüzde 30 büyüme hedefi

2023 yılında 100 milyon TL ciroya ulaşan grup, 2024 için yüzde 30’luk büyüme hedefi koydu. Toplam cironun yüzde 70’ini ihracatın oluşturduğunu söyleyen Elissa Group Yönetim Kurulu Başkanı Onur Oğuzhan, “2024 yılında ihracatı daha da artırarak uluslararası pazardaki varlığımızı güçlendirmeyi hedefliyoruz” diyor.

Elissa Studio, değişime uyum sağlamak

ve müşterilere en iyi deneyimi sunmak için e-ticaret tarafına yatırım yapıyor. Bu noktada e-ticaretin sunduğu en büyük avantajlardan birinin sınırları kaldırarak geniş bir müşteri kitlesine ulaşma imkânı olduğunu söyleyen Oğuzhan, “E-ticaret sitemiz ve diğer tüm dijital varlıklarımız coğrafi sınırlamalar olmadan dünya genelinde müşterilere ulaşmamızı sağlıyor” diyor. Satışlarının yüzde 30’unu e-ticaret üzerinden gelen şirket, 2024 yılında e-ticaret satışlarında yüzde 50 oranında bir artış hedefliyor. Yurtdışı satışlarının şu anda web sitesi ve distribütörler aracılığıyla gerçekleştirdiklerini belirten Oğuzhan, yeni pazarlara açılmak için çalışmaların sürdüğünü söylüyor.

Grup, yaklaşık iki yıl önce sektördeki açığı görerek Elissa Akademi’yi kurdu. Akademi, ERP yazılımından stres yönetimine pek çok eğitim veriliyor. 2024 yılı içinde birim ve bölüm ve pozisyonlara özel eğitim takvimi oluşturduklarını belirten Oğuzhan “Her dönem eğitime verdiğimiz değer artıyor, bu gelişmeyi çalışanlarımızın geri bildirimlerinden gözlemliyoruz” diyor.

ONUR OĞUZHAN



“Ürünlerimizde organik materyaller kullanıyoruz”

“AR-GE tarafına büyük önem veriyoruz. AR-GE tarafında üzerine daha fazla yatırım yapılan uzun ömürlü, sınırlı sayıda üretim yapan bir dünya markası olma vizyonumuz var. Ürünlerimizin hammaddesinde, yapımında pet şişe gibi mevcut plastik atıklar kullanılarak üretilen geri dönüştürülmüş polyester, yenilenebilir ağaç kaynaklarından elde edilen EcoVero kumaş ve bitkilerden üretilen organik materyalleri kullanıyoruz.”



Kilis'te 1500 kadına destek veriyor

■ Dokuz yıl önce kurulan, anne bebek markalarını tek çatı altında toplayan online pazar yeri Annekspres, Kilis'te kurulmuş olan İnsani ve Sosyal Gelişme Derneği İktisadi İşletmesi çatısı altında yer alan bin 500 kadına destek verdiğini duyurdu. El emeklerini ekonomiye dönüştüren, farklı üretimleri ile yöresel dokuyu tekstilden ev dekorasyon ürünlerine hediye eşyalara kadar büyük bir çeşitlilikle yansıtan Kilisli kadınlar için Annekspres platformu içerisinde "ANNEELI" sekmesi açılarak satışa sunuluyor. Platformu, annelerin hayatlarını kolaylaştırmak, her zaman en doğru ürünlere, en doğru rakamlarla ulaşmalarını sağlamak için hayata geçirdiğini anlatan Annekspres Kurucusu Nihan Ece, "Anne Eli ürünlerine sitemizde yer veriyoruz, el emeklerini ekonomiye dönüştürüyoruz. Buradaki amaç, sadece kadınların üretimini platformumuzda satışa sunmak değil, bu süreç içerisinde e-ticareti, sosyal medya kullanımını, tasarımı, muhasebeyi, kargoyu, müşteri memnuniyetini, arz ve talep yönetimini, marka yaratma sürecini de öğretmek. Annekspres olarak bugün Kilis'te yarın başka illerde emeği ile üreten kadınlarımızın her zaman yanında olacağız" diye anlatıyor.

İkinci kitlesele yatırım turunu başlattı

■ Bitki bazlı fonksiyonel gıdalar üretiminde Türkiye'nin öncü markalarından Naturiga, ödüllü sağlıklı atıştırmalık ve fonksiyonel gıdalarını global pazarlara taşımak hedefiyle ikinci yatırımcı turuna çıktı. 2023 yılında TL bazında yüzde 176 ciro büyümesine ulaşan ve çıktığı ikinci yatırım turu ile 8 milyon TL üzerinde fona ulaşmayı hedefleyen Naturiga, ön talebe göre yatırımcılara hisse arz etmeyi planlıyor. Geçtiğimiz yılı 17 milyon TL'nin üzerinde satışla kapatan marka, elde edilen fon ile Avrupa'da satış operasyonlarını başlatacak. Paya dayalı ikinci kitlesele yatırım turuna çıkma nedenlerini anlatan Naturiga Kurucusu ve CEO'su Yılmaz Kekeç, "2024 yılını yeni fonlarımız, yeni kanallar ve ihracat gelirlerinin başlamasıyla birlikte 50 milyon TL'nin üzerinde bir satışla kapatmayı hedefliyoruz. Yatırım turumuzun ardından, İngiltere'de kurmuş olduğumuz şirketimizin satış operasyonlarına başlayacağız ve hemen ardından Almanya üzerinden Avrupa'ya online kanallardan giriş yapmayı planlıyoruz" dedi.



MNG Kargo'dan kadın girişimcilere özel destek

■ MNG Kargo, yeni çalışmaya başlayacak kadın girişimcileri desteklemeye yönelik kampanyasını duyurdu. Şirket, kadın girişimciler için sunduğu özel fiyatlarla, gönderilerini tüm Türkiye'ye ulaştırıyor. Kadınların iş dünyasındaki varlığını güçlendirmeye amaçladıklarının altını çizen MNG Kargo Ticari Faaliyetlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Veysi Armağan Kesen, "MNG Kargo olarak, kadınların iş hayatına ve ekonomiye katılımını desteklemek için tüm gücümüzle çalışıyoruz. Aynı zamanda kadın girişimcileri desteklemek ve çıktıkları yol boyunca yanlarında olmak benimsediğimiz temel değerler arasında yer alıyor. Bu kapsamda son olarak devreye aldığımız kampanya kapsamında sunduğumuz avantajlarla kadın girişimcilerin iş dünyasındaki yerini güçlendirmeye yönelik adımlarımızda da devam ediyoruz." dedi. Kampanyadan yararlanmak isteyen tüm kadın girişimciler gerekli evraklarla MNG Kargo şubesine başvurarak hızlı ve kolay bir şekilde kargo anlaşmalarını yapabiliyor. Mart ayında başlayan kampanya, 30 Nisan 2024 tarihine kadar tüm MNG Kargo şubelerinde devam edecek.



JOB Genç Yetenek Programı 2024 başvuruları başladı

■ Kariyer yolculuklarının henüz başındaki gençlere Yıldız Holding çatısı altında mesleki deneyim ve gelişim fırsatı sunması hedeflenen JOB Genç Yetenek Programı 2024'e başvurular başladı. Farklı bölümlerden yeni mezunların ve yüksek lisans öğrencilerinin yanı sıra 3'üncü ve 4'üncü sınıf üniversite öğrencilerinin de başvurabileceği JOB Genç Yetenek Programı 2024, bu yıl "Join The Business Life" sloganıyla genç yeteneklere kapılarını açıyor. Endüstri, İşletme, Kimya, Gıda Bilgisayar, Yazılım, Endüstri, Matematik Mühendisliği gibi bölümlerin yanı sıra, Yönetim Bilişim Sistemleri, Matematik, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve ilgili bölümlerden de binlerce başvurunun gerçekleştiği program sayesinde, gençler iş yaşamıyla ilgili kapsamlı bir deneyim elde etme fırsatı buluyor. Bu yıl 13'ü gerçekleşecek olan iş dünyasının en uzun süreli staj ve işe alım programlarından biri olan JOB Genç Yetenek Programı'na katılmak isteyen adaylar, 15 Nisan 2024'e kadar başvuru yapabilecek. JOB Genç Yetenek Programı'nın iş dünyasındaki en uzun soluklu programlardan biri olduğuna dikkat çeken Yıldız Holding İnsan ve İş Destek Başkanı Bahattin Aydın, "Güçlü ve başarılı bir kariyer hedefleyen öğrenciler ve yeni mezunlarımıza, titizlikle hazırlanmış bu programa başvuru yapmalarını öneriyoruz" dedi.

Kadın girişimcileri küresel başarıya taşıyor



■ 2017 yılında Türkiye'deki genç girişimcilere destek olmak amacıyla 5 milyon dolarlık bir yatırımla kurulan Hamdi Ulukaya Girişimi, bugüne kadar Türkiye'nin her yerinden 100 binin üzerinde başvuru alırken, program katılımcılarının yüzde 54'ü kadın girişimcilerden oluştu. Hamdi Ulukaya Girişimi'nin başvurular arasında seçim yaparken kullandığı

algoritma sayesinde katılımcıların en az yarısının kadın olması sağlanıyor. Kadın girişimcilerin sayısını artırmayı hedefleyen Hamdi Ulukaya Girişimi, bu bağlamda kadınların güçlenmesine verdiği önemi ve kadınların ekonomik özgürlüklerinin ve toplumsal hayata etkin katılımlarının, yalnız kadınlar için değil toplumun tamamı için ilerleme anlamına geldiğini vurguladı. Hamdi Ulukaya Girişimi, bugüne dek birçok kadın girişimciye kurdukları işletmeleri küresel pazarda konumlandırma fırsatı sundu. Örnek olarak; katılımcılar arasından Plastic Move, uluslararası yatırım başarısıyla dikkat çekiyor. Büşra Köksal tarafından hayata geçirilen Plastic Move, tüm izinleri alarak yıllık 1.200 ton kapasiteli Türkiye'nin ilk biyoplastik fabrikasını kurdu. Bir başka katılımcı Sevil İke Sala ise Handike adlı şirketiyle Türkiye'nin kırsal kesimlerinde yaşayan kadınların el emeğini tüm dünyaya taşıırken, hikayesini Birleşmiş Milletler'de paylaştı.

KOBİ'lerin 'yeşil dönüşümüne' destek olacak

■ İstinye Üniversitesi'nin (İSÜ) de proje paydaşı olduğu ÜSİMP Yeşil Dönüşüm Platformu (ÜYDÖP), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'nun (TÜBİTAK) 1831 Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Çağrısı kapsamında çözüm ortağı olarak KOBİ'lere hizmet vermesi uygun bulunan kuruluşlar arasında yer aldı. Dünya Bankası desteğiyle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın koordinasyonunda TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından yürütülen Türkiye Yeşil Sanayi Projesi kapsamında hayata geçirilen Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük programında ÜYDÖP, 27 kurum ve yeşil dönüşüm konusunda 77 uzmanla yeşil dönüşüm mevzuatlarına uyum sağlamak isteyen KOBİ'lerin ihtiyaçlarına çözüm üretmek için destek sunacak. Bu kapsamda yeşil dönüşüm süreci analiz edilirken, problemlerin tespit edilmesi ve çözümlerini de içeren danışmanlık desteği İSÜ-TECH aracılığıyla İstinye Üniversitesinin alanında yetkin akademisyenleri tarafından KOBİ'lere verilecek.

Macrocenter'dan kadın kooperatiflerine destek



■ Macrocenter, hayata geçirdiği 'Dayanışma Köşesi' ile yerel kadın kooperatiflerine destek oluyor. Dayanışma Köşesi'nin yer aldığı mağazalarda, başta deprem bölgesi olmak üzere Hatay'dan Soma'ya, Gaziantep'ten İzmir'e kadar ülkenin dört bir yanındaki kadın kooperatiflerinin ürünlerini satışa sunuyor. Kadın kooperatiflerinin her birinin kendi yörelerinden el emeği ile ürettikleri; yer fıstığı ezmesi, üzüm pekmezi, tarhana, tahin, acuca, kuşburnu marmelatı, reçel çeşitleri, erişte, mantı, bamyas, peynirler, domates salçası, Osmaniye fıstığı helvası, zahterli çörek, kömbe çeşitleri, beyaz haşhaş tohumu, haşhaş ezmesi ve çiçek balı gibi çok çeşitli ve Türkiye'nin üretim gücünü sergileyen ürünler Dayanışma Köşelerinde

Macrocenter müşterileriyle buluştu. Dayanışma Köşesinde ürünleri sergilenen Turuncu Eller Tarımsal Kalkınma Kadın Kooperatifi ise, Türkiye çapında 36 noktada 220'den fazla alanda Milli Eğitim sertifikalı eğitimler veren Migros Aile Kulüpleri'nden ürün ve üretim teknikleri eğitimlerini alarak Gümoza markasıyla ürettiği mandalin kurusu, mandalin tatlısı, zeytin yaprağı sirkesi ve enginarlı erişte ürünlerini satışa sundu. Ayrıca, Migros ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliğiyle gerçekleştirilen tarım kampını tamamlayan Tarımda Kadın Kooperatifi de Dayanışma Köşesi'nde bal ve haşhaş ürünleri ile yerini aldı.



Startup Türkiye girişimleri tutunduracak

■ Startup'lara yapılan yatırımların, sadece finansal destekle sınırlanmayacağını, yatırım anlayışının girişimleri tutundurma odağında yeniden tanımlanması gerektiğini vurgulayan BİRTEP CEO'su Kürşat Kız, grubun yeni platformu Startup Türkiye'de girişimcilere finansal ve deneyimsel yatırım hizmetinin sunulacağını ifade etti ve "Girişimcilik ekosistemi, Türkiye'nin yeni büyüme modelidir. Girişimcilik ekosisteminin büyütülmesinin en önemli yolu da girişimlerin tutundurulmasıdır. Bu bilinçle ve sorumlulukla yola çıktık." dedi. Gayrimenkul, otomotiv ve sigorta sektörlerinde girişimleriyle faaliyet gösteren BİRTEP'in girişimcilik alanında oyunun kurallarını dönüştürecek platformu Startup Türkiye, öncelikle bu alanlarda girişimcilik ekosistemi büyütmeyi planlıyor. Platform, girişimlerin yatırım alma süreçleri ile yatırım araçlarına erişimi ve tutundurulmasına yönelik yeni bir yaklaşım başlatıyor. Startup Türkiye; gayrimenkul, otomotiv ve sigorta sektörlerinde oluşturulan PropTech, AutoTech ve InsurTech tutundurma programlarına başvuruların açıldığını ve başvuruların 1 Eylül'e kadar alınacağını duyurdu.

KOBİ'LER İÇİN 2024 DESTEKLERİ



Son 2 yılı enflasyon nedeni ile zor geçiren KOBİ'ler, 2024 yılında ekonomide atılması beklenen iyileştirici adımların da etkisi ile yeniden yüzünü yatırıma dönmeye hazırlanıyor. Bu kapsamda küçük ve orta boy işletmelere verilecek olan destekler ise adeta 'can suyu' olacak. Özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından verilen destekler KOBİ'ler için büyük avantajlar sunuyor. KOSGEB, bu yıl 51 bin, 2025'te 52 bin, 2028'de ise 55 bin işletmeye destek vermeyi öngörüyor. Destekler içinde imalat sanayisinin payı artırılacak, KOBİ'lerin kurumsal kapasiteleri geliştirilerek, rekabetçilikleri de güçlendirilecek. Destekler içinde orta yüksek ve yüksek teknoloji düzeyli sektörlerin payı da bu yıl yüzde 25'e, 2025'te yüzde 26'ya ve 2028'de ise yüzde 30'a yükseltilecek.

Her yıl olduğu gibi, bu yıl da küçük ve orta ölçekli işletmeler yani KOBİ'ler için çeşitli destek programları geliştirildi. Bunlardan bazıları Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) gibi devlet destekli kurumlar olurken; bazıları da bankaların sunduğu kredi uygulamaları kapsamında uygulanacak. Biz de kapak haberimizde KOBİ'lerin destek alabileceği ve ticari dünyada nakit akışı sağlayacak bazı KOBİ finansmanı destek programlarına ilişkin bilgileri derledik.

21 BİN 500 İŞLETMEYE KURULUŞ DESTEĞİ

KOSGEB, 2024-2028 döneminde KOBİ düzeyindeki işletmelere, çok çeşitli ko-

nularda destek sağlayacak. Odak alanlarda kuruluşu desteklenen işletme sayısının 2028 itibarıyla 23 bin 500 olması bekleniyor. KOSGEB'in 2024-2028 Yılı Stratejik Planı'ndan yapılan derlemeye göre 4 amaç, 16 hedef ve 44 performans göstergesinden oluşan plan kapsamında girişimcilik ekosistemini güçlendirilecek, yenilikçi ve teknoloji tabanlı girişimcilik yaygınlaştırılacak, bölgelere ve teknoloji düzeylerine göre girişimcilik destekleri verilecek. Odak alanlarda kuruluşu desteklenen işletme sayısının planın ilk yılında 21 bin 500, 2028'de 23 bin 500 olması bekleniyor. Orta yüksek ve yüksek teknoloji düzeyinde desteklenen işletme sayısının da bu yıl 2 bin 150, 2028'de

2 bin 350 olması hedefleniyor. Plan döneminde girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve becerileri geliştirilecek. Bu kapsamda girişimcilik belgesi alma-ya hak kazanan kişi sayısının bu yıl 114 bin, 2028'de 120 bin olacağı öngörülmüyor.

TEKMER'LERİN SAYISI ARTIRILACAK

2024'te Teknoloji Geliştirme Merkezi (TEKMER) mekanizmaları da güçlendirilecek. KOSGEB tarafından 2024'te 34, 2028'e kadar ise 80 TEKMER'in kuruluşunun desteklenmesi hedefleniyor. TEKMER'lerde bu yıl 759, plan sonunda ise 4 bin 449 teknoloji girişiminin kurulması öngörülmüyor. KOSGEB, girişimciliğin özel hedef gruplarında

KOBİ'lere destek veren kurumlar:

■ **KOSGEB küçük ve orta ölçekli işletme destek programları:** KOSGEB, KOBİ'lerin işlem kolaylığı ve kalkınmasını sağlamak için hizmet veren bir kurum. Geniş bir kapsamda hizmet veren KOSGEB, KOBİ'lerin sosyal ve ekonomik gelişimine katkı sunmayı amaçlıyor. Uluslararası görünürlüğü arttırmak ve rekabet sahasında işletmeye destek olmak kurumun diğer amaçları arasında bulunuyor. KOBİ'ler için sunulan KOSGEB uygulamalarından bazıları; işletme geliştirme, hızlı destek programı ve finansman desteği olarak sıralanıyor. KOBİ finansman destek programı kurum bünyesinde en çok talep gören uygulamalardan biri olarak öne çıkıyor. Bu kapsamda KOBİ'ler için doğru koşullarda nakit desteği sağlamak, işletmenin standart ve kalitesine katkı sunmak gibi amaçlardan söz edilebilir. Ayrıca istihdam kolaylığı ve uluslararası rekabet konusunda yardım sunuluyor. Faizsiz kredi seçeneği gibi avantajlar için programa başvuru yapılabilir.

■ **TÜBİTAK Finansman Desteği:** Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), yenilik, teknoloji ve bilim gibi seçili alanlarda stratejiler geliştirmeyi hedefliyor. Bu doğrultuda KOBİ'lere yönelik finansman desteği ile çalışan istihdamı ve uluslararası görünürlük hedefleniyor. TÜBİTAK bünyesinde finansman desteğine ek olarak AR-GE ve patent desteği gibi uygulamalar da bulunuyor.

■ **Bankaların KOBİ Kredileri:** KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kurumlara ek olarak özel ve kamu bankaları da kredi desteği sunuyor. Burada diğer kurumlardaki gibi hibe ya da faizsiz kredi gibi avantajlar söz konusu olmamakla birlikte, KOBİ'lere özel seçenekler sunulabiliyor.

Geleneksel girişimci destek programı şartları

- Girişimcinin son 3 yıl vergi kaydı olmaması gerekiyor
- Yapacağı işi biliyor olması gerekiyor
- Birinci derece aile yakınlarından başka bir kişi aynı işi yapmıyor olması gerekiyor
- Daha önce sigortalı çalıştığı adreste iş yerini açmaması gerekiyor
- Onaylandığı takdirde 1 yıl boyunca Bağ-Kur'dan çıkamaz. Başka bir yerde sigortalı çalışamaz.

İleri girişimci destek programı şartları

- Girişimcinin son 3 yıl vergi kaydı olmaması gerekiyor
- Yapacağı işi biliyor olması gerekiyor
- Birinci derece aile yakınlarından başka bir kişi aynı işi yapmıyor olması gerekiyor
- Daha önce sigortalı çalıştığı adreste iş yerini açmaması gerekiyor
- Onaylandığı takdirde 2 yıl boyunca Bağ-Kur'dan çıkamaz. Başka bir yerde sigortalı çalışamaz.
- 2 yıl boyunca destek aldığı makineleri satamaz veya kiraya veremez.

yaygınlaştırılması sağlamak için de çalışmalar yürütecek. Bu çerçevede 2024'te 8 bin 250, 2028'de ise 9 bin kadın girişimcinin desteklenmesi planlanıyor. Bu yıl 11 bin 250, 2025'te 11 bin 500, 2028'de ise 12 bin genç girişimcinin de işletme kurmaları için destek verilecek. Plan döneminde girişimcilik destekleri içinde kadın girişimcilerin payının da yükseltilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda bu yıl yüzde 26,5 olması beklenen oranın, 2028'de yüzde 27,5'e ulaştırılması amaçlanıyor. Başkanlık, genç girişimcilerin girişimcilik destekleri içinden aldığı payı da yükseltmeyi planlıyor. Söz konusu payın 2024'te yüzde 41,5, plan dönemi sonunda ise 42,5 olması hedefleniyor.

TEKNOLOJİYE AYRILAN PAY ARTIYOR

KOBİ'lerin kurumsal kapasiteleri geliştirilerek, rekabetçilikleri de bu dönemde güçlendirilecek. Bu kapsamda imalat sanayisinin güçlendirilmesine öncelik verilecek. Desteklerde orta yüksek ve yüksek teknoloji düzeyli sektörler ayrılacak, öncelikle geri ödemeli destekler tercih edilecek. KOSGEB, bu yıl 51 bin, 2025'te 52 bin,

2028'de ise 55 bin işletmeye destek veremeyi öngörüyor. Destekler içinde imalat sanayisinin payını da artırmayı planlayan Başkanlık, bu yıl söz konusu oranı yüzde 71'den yüzde 73'e 2028'de ise yüzde 78'e ulaştırmayı amaçlıyor. Destekler içinde orta yüksek ve yüksek teknoloji düzeyli sektörlerin payı da bu yıl yüzde 25'e, 2025'te yüzde



26'ya ve 2028'de ise yüzde 30'a yükseltilecek. Anılan destekler içinde geri ödemeli olanların payının da plan sonunda yüzde 80'e ulaştırılması hedefleniyor.

EN ÖNEMLİ SORUN FİNANSMANA ERİŞİM

Plan döneminde KOBİ'lerin finansmana erişimi kolaylaştırılacak, alternatif ve yenilikçi finansman yöntemleri yaygınlaştırılacak, ölçeklerini büyütmelerine destek verilecek. Finansman destekleri kapsamında desteklenen işletme sayısının bu yıl 2 bin 400'e 2028'de 3 bin 550'e ulaştırılması bekleniyor. KOBİ'lerin ölçek büyütmelerine de odaklanılacak. Bu kapsamda kapasite geliştirme desteği sağlanan işletme sayısının 2024'te 2 bin 150'ye, 2028'de ise 2 bin 350'ye yükseltilmesi bekleniyor. KOBİ'lerde sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla da destek verecek olan KOSGEB, bu çerçevede 2024'te 250, 2025'te 290, 2028'de ise 410 işletmeye "yeşil dönüşüm" konusunda destek sağlayacak. Dijital olgunluk seviyesi ölçülen ve dijital dönüşüm konusunda yol



haritası hazırlanan işletme sayısının bu yıl 1200'e, plan sonunda 1890'a ulaştırılması planlanıyor.

NE KADAR DESTEK VERİLECEK?

2024 yılında KOSGEB destekleri çeşitli programlar altında sunuluyor. Destek miktarları ise farklılık gösteriyor. Destekler, işletmelerin ihtiyaçlarına ve faaliyet alanlarına göre değişiklik gösteriyor. Örneğin, makine-teçhizat, donanım, hammadde, yazılım ve hizmet alımı giderleri desteği 150 bin TL'ye kadar, yüzde 75 oranında verilirken; nitelikli personel giderleri desteği ise 200 bin TL, yüzde 100 oranında sağlanıyor. Ayrıca, sınai mülkiyet hakları giderleri için 100 bin TL, yüzde 75 oranında destek bulunuyor. Diğer destek türleri ve miktarları da mevcut. KOSGEB ayrıca geri ödemesiz destek de sağlıyor. Geri ödemesiz destekten yararlanabilmek için işletmelerin belirli şartları sağlaması gerekiyor. Örneğin, işletmenin yeni kurulmuş ve en fazla 3 yıl geçmiş olması, KOSGEB girişimcilik sertifikasına sahip olması gerekmektedir. Mikro işletmelere 50 bin TL, küçük işletmelere 100 bin TL ve orta ölçekli işletmelere 200 bin TL'ye kadar destek verilmektedir.

KOSGEB'in sunduğu başka destekler de var. Örneğin, ARGE, teknolojik üretim ve yerileştirme destekleri yüksek katma değer sağlayan ve yenilikçi ürünler üreten firmalara yöneliktir. ARGE ve İnovasyon Destek Programında, 750 bin TL'ye kadar destek sağlanırken, KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programında ve Stratejik Ürün Destek Programında 6 milyon TL'ye kadar destek veriliyor.

KADIN GİRİŞİMCİYE ÖZEL DESTEK

Öte yandan KOSGEB tarafından planlanan ve hayata geçirilen Kadın Girişimci Destek Programı ile birlikte kadınların iş hayatına giriş yapmalarını, hobilerini işe dönüştürmelerini ve kadın istihdam oranlarında olumlu artışlar gerçekleşmesi hedefleniyor. Birçok bankanın bu konuda destek verdiği, büyük bir girişim olan Kadın Girişimci Destek Programına ilgi oldukça fazla durumda. Bu destekler kapsamında, Halkbank, yeni iş kuran ve işletme yaşı 6 ayı geçmeyen kadın girişimcilere 200 bin TL,

Kadın girişimci hibe desteği şartları

- 18 yaşına basmış olmak. Üst yaş sınırı yoktur.
- TC. Vatandaşı olmak
- Girişimcilik sertifikasını mutlaka almış olmak
- Daha önce KOSGEB kredisi almamış olmak
- Herhangi bir yasa örgütüne üyeliği bulunmamak

- İş fikrinin KOSGEB tarafından desteklenen sektörler arasında yer alması
- Lisans, önlisans veya lise eğitimi şartı yoktur. Okuma - yazma bilmek yeterlidir.
- KBS'ye kayıtlı ve aktif durumda olmak
- Başvuru tarihinden itibaren işletme, son 1 yıl içerisinde kurulmalıdır.
- 2024 yılı kadın girişimci destekleri hakkında detaylı bilgi için KOSGEB'in resmi internet sitesini ziyaret edebilirsiniz.



işini kuran kadınlara ise 300 bin TL kredi imkanı sağlıyor. Ayrıca, 30 yaş altı genç kadın girişimcilere 125 bin TL'ye kadar faizsiz kredi sunuluyor. Ustalık belgesine sahip ve belirli bir iş kolunda en az 3 yıl çalışmış olan kadın girişimcilere ise faizsiz kredi miktarı 300 bin TL'ye kadar çıkabiliyor. Bu destekler, kadın girişimcilerin işlerini başlatma ve büyütme süreçlerine önemli katkı sağlıyor.

YENİ İŞ KURMAK İSTEYENE DE DESTEK VAR

KOSGEB tarafından sunulan destek programları, halihazırda kendi işini kurmak isteyenlere de katkı sunuyor. KOSGEB genç girişimci desteği gibi, geleneksel ve ileri girişimcilik desteği programları da bulunuyor. Bunların arasında Geleneksel Girişim-

ci Destek Programı, girişimcilerin kurduğu yeni işletmelerin hayatta kalma oranlarının artmasını amaçlıyor. Geleneksel Girişimci Eğitimi tamamlamış olan girişimcilerin kurduğu işletmeler, bu desteklere başvurma hakkını kazanıyor. Destek tutarı kuruluş desteği çerçevesinde gerçek kişi işletme için 5 bin TL, sermaye şirketi işletme için ise 10 bin TL olarak belirlendi. Her performans dönemi bir seneyi kapsıyor ve Sosyal Güvenlik Kurumu 4(a) kapsamındaki tüm personel için hesaplanan prim gün sayısı toplamı esas alınıyor. Ayrıca girişimcinin genç, kadın, engelli, gazi ya da birinci derecede şehit yakını olması halinde, her bir performans döneminde belirlenen tutarlara 5 bin TL de ekleniyor.

Programa kabul edilen 5 girişim belli oldu

Teknoloji tabanlı girişimlere destek vermek amacıyla hayata geçirilen Garanti BBVA Partners Tech Programı'na katılmaya hak kazanan 8. dönem girişimler belli oldu. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, "Bu programla hızlı ve yüksek büyüme potansiyeline sahip teknoloji girişimciliğini destekleyip global pazarlara açılma kapasitelerini artırmayı amaçlıyoruz" diyor.

Yatırım çekme ve büyüme potansiyeli olan girişimlerin desteklenmesini ve hızlandırılmasını amaçlayan Garanti BBVA'nın, teknoloji tabanlı girişimlere destek vermek amacıyla hayata geçirdiği Garanti BBVA Partners Tech Programı'na katılmaya hak kazanan 8. dönem girişimler belli oldu.

Nelerden faydalanacaklar?

Asgari uygulanabilir ürün veya hizmet (MVP) aşamasını tamamlamış, en az 2 yıldır faaliyet gösteren, yüksek pazar potansiyeline, ölçeklenebilir bir iş modeline ve güçlü bir gelir modeline sahip data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik dikeylerinde faaliyet gösteren teknoloji tabanlı girişimcilerin başvurduğu program bu yıl 8.kez girişimcilere ev sahipliği yapıyor. Programa seçilen girişimler; Usersdot, Ingosa, Evreka, Enqura ve Navlungo olarak belirlendi. Programa kabul edilen 5 girişim,



6 ay boyunca Garanti BBVA Partners Tech Girişim Hızlandırma programı içerisinde yer alan; ofis alanı, ihtiyaca özel mentorlük, Garanti BBVA, Garanti BBVA Teknoloji

ve iştirakleri ile iş birliği fırsatları, reklam/PR destekleri, eğitim ve seminerler ve avantajlı bankacılık ürün ve hizmetlerinden faydalanabilecek.

“Global kapasiteyi artırmayı hedefliyoruz”

Programla ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, Garanti BBVA olarak uzun yıllardır içinde toplumun sürdürülebilir geleceğine katkı sağlayan faaliyetler yürüttüklerini belirterek, “Girişimcilik ekosisteminin gelişimi ülke ekonomisinin gelişimi için de oldukça önemli. Özellikle yüksek katma değer yaratan teknoloji girişimcileri ekonomik büyümede etkili kilit unsurlardan biri” diyor. Garanti BBVA Partners programıyla 2015 yılından bu



yana ekonominin itici güçlerinden olan ve katma değer yaratan girişimcilere destek olduklarını vurgulayan Kaya, şunları söylüyor:

“Bu yıl girişimcilik ekosistemini büyütmek, girişimcilerin yeni dünya düzeninde ihtiyacı olan desteği sağlamak ve çoğalmalarını teşvik etmek amacıyla çalışmalarımızı genişlettik. Birçok sektörden girişimin hızlandırılması sürecinde yol arkadaşlığı yapan Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı

altında, hızla yaygınlaşan teknoloji tabanlı girişimlere destek vermek, bankamızın sahip olduğu bilgi birikimi ve deneyimi paylaşmak amacıyla Garanti BBVA Partners Tech programını hayata geçirdik. Bu programla hızlı ve yüksek büyüme potansiyeline sahip teknoloji girişimciliğini destekleyip global pazarlara açılma kapasitelerini artırmayı amaçlıyoruz. Programa seçilen 5 girişimi tebrik ediyor, başarılarının devamını diliyorum.”

Programa kabul edilen girişimler

İşte Garanti BBVA Partners Tech Girişim Hızlandırma Programı'na katılmaya hak kazanan 5 girişim:

■ Usersdot - Şevin Ballıктаş, Gökalp Gaymaz

E-ticaret siteleri için alışveriş yapan kullanıcıların datalarını toplayıp analiz edip, veri odaklı aksiyonlar olarak kârlılıklarını artırmalarını sağlayan SaaS platformu olarak faaliyet gösteriyor. Usersdot'un yapay zekâ tabanlı Datadot platformu, kullanıcılarına saatlik büyük veri analizi sağlayarak gerçek zamanlı içgörüler, rakip analizleri ve anlık bildirimler sunuyor.

■ Ingosa-Gökçe Duman, Dürin Artuk

Ingosa, yapay zekâ tabanlı chatbotlarla küçük ve orta ölçekli işletmelerin kullanıcılardan gelen taleplere hızlı şekilde dönüş yapmalarını sağlayan; dijital satış alışkanlıklarını, websitesi, sosyal medya asistanları ve diyalog bazlı görüntülü reklamlarıyla yeniden şekillendiren ve müşteri yolculuğunu iyileştirerek dönüşümü artırmaya odaklanıyor. Markaların satış öncesi ve sonrası müşteriye ulaşma deneyimlerini iyileştiren kişiselleştirilmiş chatbot yazılımı olarak hizmet sunuyor.

■ Evreka- Umutcan Duman, Mert Barutçu, Mehmet Pancaroğlu

Atık yönetimi sektöründe yazılım ve donanım yeniliklerini kullanarak entegre bir platform geliştiren ve dijital atık yönetimi ürünleri sunan Evreka, atık yönetiminde daha sürdürülebilir ve dijital bir süreç yönetimi hizmeti veriyor. Genel verimlilik vaat eden çözümlerle, maliyet azaltma, operasyonel mükemmellik, varlıklar üzerinde kontrol ve yeni yönetim becerileri arayan atık yönetimi firmaları ve yerel yönetimlerle çalışıyor.

■ Enqura -Metin Karabiber

Müşteri ihtiyaçlarına odaklanarak, uzaktan kimlik tespiti, açık bankacılık, dijital cüzdan, çok faktörlü kimlik doğrulama ve live chat gibi yenilikçi ürünler geliştirerek finans sektörünün dijital dönüşümüne katkı sağlayan yapay zekâ tabanlı yeni nesil uzaktan kimlik tespiti platformu olarak faaliyet gösteriyor. Enqura, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından seçilen 15 Turcorn adayından bir tanesi olarak seçildi.

■ Navlungo- İsa Korkmaz, Ceren Tuna, Alp Çiçekdağı, Mutlu Boz, Emrah Arslan

Navlungo, ihracat, ithalat yapanlara ve yurt dışındaki pazar yerlerinde ürün satanlara uçtan uca gümrükleme, lojistik ihtiyaçlar üzerine teklifi bulma, satın alma ve yönetme hizmeti sunan bir platform. Dünya genelinde 130'dan fazla lojistik firmasından teklif alma ve karşılaştırma hizmetiyle birlikte halihazırda anlaşmalı olduğu kargo firmalarıyla e-ticaret yapanlara kapıdan kapıya 360 derece hizmet veriyor.

“Önde gelen şirketlerin yapay zeka ortağı olduk”

Türkiye'nin öne çıkan yapay zeka şirketlerinden birini bünyesinde barındıran Abra Partners Holding'in CEO'su ve Kıdemli Ortağı Önder Hasan Badem, “Bizim dışımızda ülkemizde sunumu pek mümkün olmayan yapay zeka tabanlı teknolojilerimiz ile Türkiye'nin en önde gelen şirketlerinin sürekli dönüşümünün bir parçası haline geliyoruz” diyor.

Dünyada esen yapay zeka rüzgarı, insanlığın geleceğinin şekillenmesinde devrim etkisi yaratacak gibi görünüyor. Tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de yapay zeka uygulamaları her geçen gün daha çok kullanılıyor. Bu alandaki girişimler de giderek artıyor. Bunlardan biri de henüz 2 yaşında olmasına rağmen iddialı hedefleri ile dikkat çeken Abra Partners. Abra Partners Holding CEO'su ve Kıdemli Ortağı Önder Hasan Badem, 2008 yılında Türkiye İş Bankası Bilgi İşlem Müdürlüğü'nde Yazılım Uzmanı olarak yazılım teknolojileri dünyasına adım atıyor... Ardından yine aynı şirkette iç denetçi görevini 2012-2017 yılları arasındaki seri girişimcilik dönemi takip ediyor. Mayıs 2017'den itibaren ise Deloitte Türkiye'ye katılarak Kurumsal Hizmet Yönetimi alanında Kıdemli Müdür olarak danışmanlık faaliyetlerine devam ediyor. 2019- 2022 yılları arasında Softtech'te iş geliştirme ve profesyonel hizmetlerden sorumlu olarak üst yöneticilik yapan Badem, 2022 yılından beri ise Abra Partners Holding'in CEO ve Kıdemli Ortak olarak görev yapıyor. Önder Hasan Badem ile yapay zekadaki büyük sıçramayı ve şirketinin gelecek hedeflerini konuştuk.

Abra Partners hakkında bilgi verirsiniz?

Teknolojinin hızla evrildiği çağımızda, şirketlere kendi sektörlerinde öncü rol alabilecekleri yenilikçi, etkili ve sürdürülebilir çözümler sağlayan bir yazılım teknolojileri grubuyuz. Piyasadaki değişimleri yakından takip ederek, müşterilerimizin rekabet

“Yapay zekada muazzam bir atılım var”

“İçinde bulunduğumuz hızla ilerleyen dijital çağda, Yapay Zeka (AI) muazzam bir atılım olarak öne çıkıyor. Modern inovasyonun temel taşı olan yapay zeka, bir zamanlar bilim kurgu malzemesi sayılan yetenekler sunuyor. Pazar eğilimlerini tahmin eden analizlerden, karmaşık arazilerde insan müdahalesi olmadan dolaşabilen otonom araçların geliştirilmesine kadar uzanan AI uygulamaları, hemen hemen her sektörde kendine yer buldu.”

avantajı elde etmeleri için esnek ve dinamik yazılım çözümleri tasarlıyoruz. Abra Partners olarak, dört stratejik faaliyet alanında yapılan grup şirketlerimiz aracılığıyla, sunduğumuz hizmet ve çözümlerle müşterilerimizin başarılarını daha ileri bir noktaya taşımaya hedefliyoruz. Bu stratejik alanlar Dijital Ürünler, Platformlar, Kurumsal Hizmetler ve Profesyonel Hizmetlerden oluşuyor. Grup şirketlerimiz; Karya Bilişim, Abralabs, Serwizer ve Little Rattles'dir.

Abra Partners ne zaman kuruldu? Nasıl bir vizyonla yola çıktınız?

Grubumuzun kuruluşunda vizyonumuz, yenilikçi yazılım teknolojilerini bağımsız, yerli insan kaynağının yetkinlik ve becerilerine güvenerek, uzun süreli çözümler üretecek seviyede organizasyonel kurgu oluşturmak ve bunu kendine has yaşam döngüsüyle kurgulamaktı. Bu temel hedefte başarıya ulaştık. Bundan sonraki süreçte, stratejik alanlarda şirketleşen yatırımlarımızı arttırmayı, etkin insan kaynağımızın kurumsal bilgi birikimini girişimci kültürle harmanlamaya devam etmek istiyoruz. Grubumuzun temelini 2022 yılında attık.

İlk adımda finans şirketleri ağırlıklı olarak ihtiyaca özel yazılım hizmetleri sunduk. Kısa zamanda aldığımız ivme ile büyük yol kat ettik; önce grup şirketler ardından holding yapısına dönüşüm planımızı hayata geçirdik.

Abra Partners'in faaliyet alanları nedir? Şirketlerinizin ürün ve hizmetleri nedir?

Abra Partners; yapay zeka platformu, hiper otomasyon çözümleri, iş zekası platformu, GRC platformu (yönetişim, risk, uyumluluk), dijital ajans ve akademi olmak üzere birbirini tamamlayan alanlarda faaliyet gösteriyor. Abralabs (Aginies markası ile); model ve yapay zeka yönetişimi altında; yazı, ses ve görüntüyü birleştiren, kullanıcı dostu bir platformda yenilikçi Yapay Zeka çözümleri sunarak, esnek ve akıllı etkileşimler sunma vizyonuyla hareket ediyor. Serwizer; yenilikçi ve uzman danışman kadrosuyla, BPM, AI, BI ve RPA yetkinliklerini birleştirerek hiper otomasyon çözümleri ve ihtiyaca uygun kaynak tahsisi ile profesyonel hizmetler sunuyor. Karya Bilişim (Creinda markası ile); iş zekası çözümleri ve yönetişim, risk, uyumluluk yazılımları su-

“Kârımızın yarısı yurtdışından gelecek”

“Hali hazırda Doğu Avrupa, Türki Cumhuriyetler ve Körfez Bölgesi için girişimlerimizi başlatmış durumdayız. Elimizdeki platformun kolayca öğrenilebilmesi ve dikine çözüm alanları üretmenin kolaylığını azami ölçüde korumak istiyoruz. Bu sayede ilgili coğrafyalarda edindiğimiz hizmet iş ortaklarımız aracılığıyla, farklı dikeylerde keşfe çıktığımız ve değere dönüştürdüğümüz Yapay Zeka kullanım alanlarını da hızla keskinleştirme hedefinin peşindeyiz. 2024 yılı sonuna kadar 2 milyon dolar kârlılık hedefimizin yarısını yakın coğrafya, yurt dışı pazardan gerçekleştirebileceğimizi düşünüyoruz.”



ÖNDER HASAN BADEM

arak işletmelerin performansını optimize ederken, daha izlenebilir ve veriye dayalı bir karar alma süreci kurgulanmasına olanak sağlıyor.

“Bir Dahi, İnsanın Ötesinde” sloganıyla yapay zeka platformunuz Aginies ile hizmet veriyorsunuz. Bu dahiyi tanıtır mısınız?

Aginies, bir üretken yapay zeka ve AIOps platformudur. Deneyimli mühendis ve geliştirme ekibimiz tarafından tasarlanan platform, Transformer mimarisini güçlendirilmiş olup, doğal dil işleme, maki-

ne öğrenimi ve derin öğrenme teknikleriyle desteklenerek rakiplerinden bir adım önde çıkıyor. Başka bir kaynağa ihtiyaç duymadan bütüncül çözümler sunar. Rakipsiz olan kısmı ise, sunduğu hazır çözümleri yeniden yorumlamaktan kendi yapay zeka çözümlerinizi üretimine kadar genişleyebilecek bir özel evren yaratabilmenizi sağlayan bir platform olmasıdır.

Abra Partners'ın yatırımları ve gelecek stratejisi nedir?

Abra Partners grup şirketleriyle birlikte her zaman geleceğe bakarak yenilikleri ya-

kından takip eder. Kısa zamanda kazandığımız ivme, bu yaklaşımımızın bir sonucudur. Bugün gerçekleştirdiğimiz projelerimizde; müşterilerimizin faaliyetlerine temel oluşturan bankacılık, ERP, CRM, E-Ticaret gibi yapılara güncel teknoloji ve mimarilerin kazandırılmasından; yenilikçi dijital kurguların oluşturulması, yapay zekanın mevcut sistematik içinde yerini alması, uçtan uca ölçülebilir ve izlenebilir yapılar kurulması gibi alanlarda da yer alıyoruz. Ağırlıklı kendimiz gibi holding vizyonu ile büyüyen gelişen finans ve üretim gruplarıyla oluşturduğumuz stratejik iş birlikleri yolculuğumuzun temelini oluşturuyor. Bununla birlikte, bizim dışımızda ülkemizde sunumu pek mümkün olmayan yapay zeka tabanlı teknolojilerimiz ile de Türkiye'nin en önde gelen şirketlerinin sürekli dönüşümünün bir parçası haline geliyoruz.

Avrupa Parlamentosu'nun onayladığı Avrupa Yapay Zeka Yasası, bu alanda bir ilk oldu. Siz bu yasaı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yapay Zeka ve tamamlayıcı teknolojilerin etkisiyle ortaya çıkacak değişimin henüz çok başındayız. Avrupa her zaman olduğu gibi yerleşmiş hareket tarzları çerçevesinde değişim eğrisinin getireceği sosyo-ekonomik etkiyi önceden sezerek, değişimi belirli bir yönetim mantığında kabul etme yolunu izlemeyi tercih edeceğini artık resmiyete taşımış oldu. Onlarla aynı yolu izlemeyen Amerika ve Çin pazarları ise değişimin etkisi ile diğer alanları şekillendirmeye daha yakın görünüyor. Benim görüşüm bu yasanın Avrupa pazarında 2 türlü etki olacağı yönünde. İlki; GDPR gibi çok net ve kalın çizgilere sahip regülasyon kısıtlarının etkisiyle temel amacı bu yasaların etki alanlarıyla ortaklaşmayan teknolojilerin pazarın dışında kalması ya da kısıtlı kullanılması olacaktır. Bu da haliyle bu ileri teknolojilerden elde edilebilecek değerden Avrupa'yı mahrum bırakacaktır. İkinci ise; bu teknolojilerin ve çevresel fırsatların Avrupa şirketlerince geliştirilmesini engelleyecek olması. Bir dostumun benzetmesinde olduğu gibi; Mu halkı teknolojinin doğru alanlarda kullanılması için Atlantis halkını sürekli uyardı. Sonuç maalesef, Mu halkının korktuğu gibi gerçekleşti.

Ahırını atölyeye çevirdi tasarım mum üretti

Kadın girişimci Esra Eken'in hayata geçirdiği Lacasa Candles markası, doğal ve özel tasarım mumlarıyla öne çıkıyor. Temelleri Bodrum'un Kızılağaç Köyü'ndeki bir köy evinde atılan markanın adı ise İspanyolca 'Ev' anlamına geliyor. Her bir mumun, doğal malzemelerin özenle seçilmesi ve el işçiliğiyle üretilmesiyle karakterize edildiğini belirten Eken, doğanın ilham verici güzelliklerinden esinlendiğini söylüyor. Lacasa Candles portföyünde yer alan mumların sadece aydınlatma veya atmosfer yaratmak için değil aynı zamanda masaj yağı özelliğiyle de kullanılabilirliğini belirten Eken, "Bir köy evinin bahçesindeki ahırını mum atölyesine çevirerek bu markayı hayata geçirdim. Bu dönüşüm ve çaba da benim için ayrı bir keyif oldu. Şu anda markamızın ürünleri, resmi web sitemiz aracılığıyla veya çeşitli e-ticaret platformları kanalıyla tüketicilere ulaşıyor. Ancak yakın zamanda oteller ve Spa merkezleri ile güzellik merkezlerinde de ürünlerimizi görebileceksiniz. Hatta dünyanın çeşitli mağazalarında da olmayı planlıyoruz" diyor.

Masaj için de kullanılıyor

Eken'in girişimcilik hikayesi Bodrum'a yerleşmesiyle oluyor. Daha sakin bir yaşam arayışıyla Bodrum'a yerleşen Eken, burada sessizliğin ve doğanın içinde yaşamının kendisine çok iyi geldiğini fark ediyor. O sırada aromaterapi eğitimine ilgi duymaya başladığından söz eden Eken, şöyle devam ediyor: "Yaklaşık iki yıl boyunca aromaterapi, parfüm yapımı, sabun ve mum yapımı gibi birçok eğitimler aldım. Bir mumun sadece aydınlatma veya atmosfer yaratmak için değil aynı zamanda masaj yoluyla te-

'Lacasa Candles' markasıyla el yapımı tasarım mumlar üreten girişimci Esra Eken, bir evin ahırını mum atölyesine çevirerek yola çıkmış. Eken, "Mumlarımız aydınlatma ve atmosfer dışında masaj yağı olarak da kullanılıyor" diyor.

"Doğal mumlara ilgi artıyor"

Doğal mumların artan popülaritesi ve müşterilerin bu tür ürünlere olan ilgisinin bu sektöre girişini etkilediğini söyleyen Eken, şunları ekliyor: "Müşterilerin sağlıklı ve doğal ürünleri olan talebi Lacasa Candles gibi markaların başarılı olma potansiyelini artırıyor. Ürünlerimizin belirgin özelliklerinden biri doğal içerikler kullanılması. Mumlarımızın üretiminde, yüksek kaliteli ve çevre dostu doğal malzemeler tercih ediyoruz. Esansiyel yağlar, soya mumu ve diğer doğal malzemeler, ürünlerimizin kalitesini ve doğallığını belirlemekte. Ayrıca, ürünlerimizin tasarımlar ve kokuları da dikkat çekiyor. Her bir mum, özenle seçilmiş doğal malzemelerin el işçiliğiyle üretiliyor."



ESRA EKEN

Sermayesi yaratıcılığı oldu

Lacasa Candles Olarak doğal bu üretim sektörüne geçiş yapmasının arkasında birkaç önemli neden bulunduğunu dile getiren Eken, bunların en başında 'yaratıcılık ve ifade'nin geldiğini söylüyor. Doğal mumların, yaratıcılığını ve sanatsal yeteneklerini ifade etme fırsatı sunduğunu belirten Eken, "Farklı renkler, kokular ve tasarımlarla çalışmak benim için heyecan verici ve tatmin edici bir deneyim. Çevresel faktörlere gelince; doğal mum üretimi çevreye daha az zarar veren ve sürdürülebilir bir alternatif. Bu yönde bir girişimi hayata geçirmem, doğa ve çevre konularına duyarlılığımı yansıtmak için harika bir fırsattı. Ayrıca bu sektör, kişisel bağımsızlık ve yaratıcılığımı destekledi" diye anlatıyor.



davi özelliği de olduğunu öğrendim. Bana elini uzatan Marbling Bodrum markasının kurucusu Ebru Piroğlu Durgut bu yolda en büyük destekçim oldu. Masaj mum yapımını öğretmekle kalmayıp markamı hayata geçirme adımlarımda bana rehber oldu ve hala olmaya devam ediyor."

Ortadoğu ve Avrupa'da büyüme hedefliyor

Armongate, cep telefonu, NFC, QR kod, T.C. kimlik kartı ve pasaport kullanılan Geçiş Kontrol sistemiyle her gün 250 bin kez kapı açıyor. Makine Kimya Enstitüsü'nden Enerjisa'ya kadar farklı sektörlerden şirketlere hizmet veren Armongate, önümüzdeki dönemde yabancı ortak desteğiyle Ortadoğu ve Avrupa pazarında da büyüme planlıyor.

Çalışma ve sosyal hayatımız onlarca farklı alanda faaliyet gösteren markalara ait ofislerde, herkese açık AVM'lerde ve çok sayıda üyenin bulunduğu spor salonlarının olduğu yüksek plazalarda geçiyor. Giriş çıkış yaparken insan kaynaklarının ya da müşteri ilişkileri biriminin verdiği klasik geçiş kartlarını kullanıyoruz. Kartımızı kaybettiğimiz ya da çaldığımız durumlarda ise, bu kartı elinde bulunduran kişiler hırsızlık gibi çeşitli suçları işlemek adına kart sahibinin yerine turnikeden geçiş yapabiliyor. Geçiş kartlarının kaybedilmesi nedeniyle güvenlik, insan kaynakları ve IT ekipleri arasında kişinin kimliğinin teyit edilmesine bağlı zaman kaybı oluyor ve yenilenen her giriş çıkış kartı şirket bütçesine zarar olarak yazılıyor.

ODTÜ Teknokent'te faaliyet gösteriyor Armongate'in ortaya koyduğu teknolojiler ile bu sorunları ortadan kaldırdığını belirten Armongate COO'su Göksun Aktaş, sahip oldukları inovasyon ve Ar-Ge gücü ile birçok üstün geçiş teknolojisini okullar, hastaneler, kampüsler, AVM'ler, plazalar ve binalarda



GÖKSUN AKTAŞ

başarıyla hayata geçirdiklerini söylüyor. Aktaş, "Turnike ya da kartlı geçişin olduğu alanlarda geçişler için uzun süreler harcanıyor. Aynı zamanda kartlı geçiş sistemlerinde kullanılan kartlar kaybolduğunda firmalara kart başına 1 ile 7 dolar arasında maliyet doğuyor. Sunduğumuz teknoloji bu sorunları ortadan kaldırıyor ve maksimum güvenlik

sağlıyor" diyor.

4,5 yıldır faaliyet gösterdiklerini söyleyen Aktaş, şöyle devam ediyor: "Kurucumuz araç takip sistemleri alanında faaliyet gösteren ve bugün Sabancı Holding şirketlerinden Brisa'nın çoğunluk hissesine sahip olduğu Arvento'nun da CEO'su. Kendisi Armakom diye de yazılım geliştiren bir şirket kuruyor. Armongate de Arvento, Arnido, Armon markaları gibi bu şirket çatısı altında son tüketiciye yönelik teknolojiler sunuyor. Ancak 2021 yılında biz Armakom çatısı altından çıkıp yolumuza kendimiz devam etmeye başladık. ODTÜ Teknokent'te faaliyet gösteriyoruz."

KVKK ile birçok teknoloji rafa kalktı

Bilindiği üzere geçtiğimiz yıllarda parmak izi, avuç içi tarama, göz tarama, yüz tarama gibi geçiş sistemleri sıkça kullanılıyordu. Ancak KVKK ile birlikte bu sistemlerin kullanımı ortadan kalktı. Özel izinleri olmayan şirketlerin ve kurumların bu sistemleri personellerine ya da ziyaretçilerine dayatmadıklarından bahseden Aktaş, "Bizim teknolojimiz her türlü kapı, kurum ve bina için güvenli giriş çıkış sağlayan yeni nesil bir geçiş teknolojisi. Bulut tabanlı yazılımımız geçiş kontrol sisteminin yönetiminde gelişmiş kontrol, yüksek güvenlik ve kolay izlenebilirlik sağlıyor. Bir günde ortalama kapılar 250 bin kez bizim teknolojimiz ile açılıp kapanıyor. Türkiye'deki her kapıyı dijital anahtarla açıp kapatmak istiyoruz. Tüm yatırımlarımızı da bu hedefe ulaşmak için gerçekleştiriyoruz" diye anlatıyor.

Yüzde 350 büyüme gösterdi

Armongate'nin müşterileri arasında kamu kurumlarının yanı sıra enerjiden perakendeye kadar pek çok şirket de var. Bunlar arasında; Makine Kimya Enstitüsü, Ulaştırma Bakanlığı, TMO, Macfit, Enerjisa, Gediz Elektrik, Penti, Tarım Kredi Kooperatif gibi şirketleri saymak mümkün. Geçen yıl ekonomik zorluklar ve deprem felaketine rağmen yüzde 350 büyüme gösteren şirket, önümüzdeki dönemde yabancı yatırımcı desteğiyle Ortadoğu ve Avrupa pazarına da açılıp büyüme hedefliyor.

“Japonya’ya çocuk hırkası gönderiyoruz”

Penoora’s markasının ortakları Ayşe Pınar Soylu ve Deniz Erginel, Konya’da ürettirdikleri el yapımı çocuk giyim ürünlerini Japonya ve Güney Kore’ye satıyor. Girişimciler, 2024’te başta Avrupa ülkeleri olmak üzere yurtdışında büyümeyi hedefliyor.

Kırsal bölgelerde yaşayan ve el becerileri iyi olan kadınlara iş imkanı yaratma hedefiyle yola çıkan Penoora’s’ın kurucusu Ayşe Pınar Soylu, Konya’da ürettirdiği el yapımı çocuk giyim ürünlerini dünyaya satıyor. Geçen yıl Deniz Erginel’in de ortak olarak ekibe katılmasıyla büyümesine hız vermeye hazırlanan Penoora’s, Japonya ve Güney Kore’nin yanı sıra hedefine Avrupa pazarını koydu. Tek tek, el emeği ve organik ipe üretilen ürünler yaptıklarını söyleyen Ayşe Pınar Soylu, “Ticaret Bakanlığı’nın çok fazla verdiği teşvik var. Bakanlığın da verdiği pazar araştırması, fuar gibi teşviklerinden yararlanarak, yurtdışında ülke mağaza sayısını arttırma hedefimiz var. Özellikle Japonya gibi ülkeler Türkiye’nin önem verdiği pazarlar. Biz de bu ülkelerdeki konumumuzu güçlendirmek istiyoruz” diyor.

Kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz?

2009 yılında Boğaziçi Üniversitesi’nden Batı Dilleri ve Edebiyatı bölümünden mezun oldum. Mezun olduktan sonra bir süre İstanbul’da çalıştım. Sonra ani bir kararla 2010 yılında Ankara’ya taşındım. 2011-2014 yılları arasında Kopenhag Üniversitesi’nde master programımı tamamladım. Eşimle 2010’da tanışıp evlenince Ankara’da kaldım. 13 yaşından beri aktif olarak iş hayatındayım. Danimarka’da bu çok doğal bir şeydir, ekmeğin fırınında dahi çalıştım. İlk cep telefonumu ailem almasına rağmen faturalarını kendim ödedim. Paranın nasıl kazanıldığı hakkında erken yaşta fikrim oluştu. Bir yandan da öğrenim hayatıma devam ettim. Danimarka’da çocukları yeteneğine göre yönlendiriyorlar. İster akademik olarak isterlerse de mesleki olarak eğitimlerine devam ediyorlar. Ankara’ya

“Tasarımcılarla ortak projeler üretmeyi planlıyoruz”

“Şu anda 35 kişilik bir ekibiz. Ağırlıklı Konya’dan üreticilerimiz var. Zaten markayı ilk kurduğumuzda Konya ekibimiz ile başlamıştık. Onun dışında Ankara ve Eskişehir’de bizim için örgü ören kadınlar var. Burda tabii bizim için lojistik konusu önemli, kargo masraflarını vs düşündüğümüzde pek çok şehirde az kişidense birkaç şehirde ekip olarak büyümek daha avantajlı oluyor. Sitemizde şu anda ağırlıklı hırka, kazak, elbise ve bone atkı gibi aksesuar ağırlıklı ürünler satıyoruz. Alt ürün grubunu genişletme hedefimiz var ve nakış konusunda tasarımcılarla ortak projeler üretmeyi planlıyoruz.”

AYŞE PINAR SOYLU





DENİZ ERGİNEL

gelince büyük elçiliklerde çalıştım, ODTÜ'de İngilizce öğretmenliği yaptım, GİZ'de çalıştım. Suriye ile bir projemiz vardı. Özellikle kadınlarla yapılan çalışmalardan çok etkilendim. El işleri özelinde yapılan projeleri ilk burada gördüm. Oradaki iş aslında şu anda yaptığım işe yönlendirmiş oldu beni. Danimarka'ya tekrar yüksek lisans için gittiğimde Türkiye'den aldığım birikimle gitmiştim. İki kültürü karşılaştırma şansım oldu. Buranın hızlı iş bitiriciliği ile oranın yaratıcılığını harmanlayınca bu proje çıkmış oldu ortaya.

Deniz Erginel'le nasıl bir araya geldiniz?

Evet, çok yeni aslında. 2020 senesinde eşim ve çocuklarımla Danimarka'ya yerleştik ve burada bir devlet okulunda öğretmen olarak çalışıyorum. Üç kız çocuğum var. Bu nedenle tek başıma markayı büyütmede, operasyonu uzaktan yönetmekte zorlandığımı fark ettim ve 2023 benim için bu konuda 'devam ya da tamam' senesi oldu. O sırada bir ortak arayışına girdim. Birçok görüşme sonunda üniversiteden arkadaşım Deniz Erginel'le ortaklık yapmaya karar verdik. O da benim gibi Boğaziçi Üniversitesi mezunu. Sonrasında İtalya'da satın alma yüksek lisansı yapmış ve hep e-ticaret sektöründe çalışmış biri. Birkaç görüşme sonrasında birbirimizi tamamlayacağımızı düşündük ve ortaklığa başladık.

Markayı kurma fikri nasıl ortaya çıktı? Nasıl bir farklılık yaratmayı hedeflediniz?

Penoora's bir giyim şirketi. El yapımı hırkalarla başladık. Çalışmayan, kırsal bölgelerde yaşayan ve el becerileri çok iyi olan

kadınları bulup onlara model ve teknik gönderiyordum. Onlar da bana ürün gönderiyordu. İlk önce arkadaşlar arasında yayıldı, sonra büyüdü. İlk başta çalıştığım iş yerinden aldığım maaşla bu işimi de destekliyordum. Bir yandan da iki çocuğumu büyütmele meşguldüm. İki işi aynı anda yürütmediğimi fark ettim. Ya hobi olarak devam edecekti ya da tamamen buna kanalize olarak bu işi büyütecektim. Ben ikinciyi seçtim, ailem ve özellikle eşim, çok destek oldu. İki kadın çalışanla başlayıp bir anda 10 kadına kadar çıktık. Şirketin büyümesiyle beraber harcanan ip miktarı ve kadın miktarı büyüdü. 25 kadına kadar çıktı.

İş modelinizden bahsedebilir misiniz?

Odak noktamız üretim. Yaptığımız şeyi nasıl yapıyoruz? Kadınlara hak ettikleri değer veriliyor mu? Bu sorular bizim için önemli. Müşteri zaten ondan sonra geliyor. Yaptıklarının değerini gördüğünde müşteriler de buna çok önem veriyor ama tabii ki böyle çalışmanın zorlukları var. Herkese hangi zaman aralığında kaç tane ürün üretebileceğini soruyoruz ve o potansiyelde çalışıyoruz. Tek tek, el emeği ve organik ipe üretilen ürünler yapıyoruz. Her üründe ürünü kimin yaptığı özellikle yazıyor, bu da ürünlere ayrı bir değer katıyor. Üretimde makineleşmeyi düşünmüyoruz. Amacımız hiç bir zaman her ülkede yüzlerce yere ürün göndermek olmadı. Hep belirli kalitede belirli adette ürün üretmeyi hedefledik. Ürünler en az iki kez kontrolden geçiyor. Kadınlar öncelikle takımın başındaki teyzemize gönderiyor. O kontrolleri yapıyor sonra bize geliyor, biz bir kere daha kontrol ediyoruz.

Çalıştığınız üreticilere nasıl bir katkı sağlıyorsunuz?

Çalıştığımız üreticilerimiz pek çok meslek grubundan kadınlar. Bazıları emekli, bazıları öğretmen, o kadar farklı meslek grubundan insanlar var ki. İkinci iş olarak evden ürün örererek ekonomilerine katkıda bulunmuş oluyorlar. Bizim işimiz zannediyorum en keyifli kısmı bu. Kadınlara hem maddi hem manevi destek olmak çok güzel bir duygu, çünkü gerçekten çok yetenekliler. Her zaman da onların fikirlerine çok değer veriyoruz, verdiğimiz paranın elemeği yaptıkları işin karşılığı olmasına özen gösteriyoruz. Bizimki sadece 'ver hırkayı al parayı' işi değil. Hem geleneksel el işi örgülerimize değer veriyoruz, hem de bu yetenekli insanlarla bir arada olmanın keyfini sürüyoruz. Gerçekten bazen oturup bir kahve eşliğinde ne yapabiliriz nasıl yapabiliriz bu insanlarla konuşuyoruz ve onlardan ilham alıyoruz.

2023 yılı nasıl bir yıl oldu? 2024 büyüme hedefiniz nedir?

2023'te bir şirket değişikliğimiz oldu, ortaklı yapıya geçtik. Ben Danimarka'da olduğum için operasyon ile ilgili problemler olmaması adına Deniz ile ortak olduk. O Türkiye'deki operasyonla ilgileniyor, ben pazarlama konusunda aktif çalışıyorum. 2024'te daha fazla yetenekli kadınlara çalışmak, yaptığımız işi daha farklı pazarlara ve insanlara sunmak istiyoruz. Japonya ve Kore'de Penora's özel fotoğraf çekimlerinde çok kullanılıyor. Konya'da bir teyzemizin ördüğü ürünü Japonya'da bir bebeğin üzerinde görmek, üstelik manevi değeri çok yüksek o özel fotoğrafların bir parçası olmak gerçekten çok gurur ve onur verici.

Yurtdışında hangi ülkelere ürün gönderiyorsunuz? Yeni ülkeler var mı gündeminizde? 2024 yılı yurtdışı hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Japonya ve Güney Kore'de mağazalara ürün gönderiyoruz, ağırlıklı bu iki ülke diyoruz. Bu ülkeler el yapımı ürünlere çok ilgi duyuyor, ürünlerle duygusal bir bağ kuruyorlar diyebilirim. Onları ABD izliyor. Websitemiz üzerinden dünyanın pek çok yerine de tekil sipariş gönderebiliyoruz. Yeni ülkeler gündemimizde hep var. Avrupa ülkelerinde yeni satış noktaları bularak, orada daha fazla müşteriye ulaşmak istiyoruz.

Kral Şakir oyun devi Roblox'a giriş yaptı

Ortaya çıktığı 2016 yılından bu yana perakende ve TV kategorilerinde önemli bir büyüme kaydeden Kral Şakir, Türkiye'nin en önemli çocuk ve aile loyomark konumuna ulaştı. Karakter şimdi de dünyanın en büyük oyun platformlarından biri olan Roblox'a dahil oldu.

Lisans sektörü tüm dünyada hızla büyüyor. Türkiye'de ise sektörün animasyon detayının büyüklüğü 1,5 milyar TL'lik bir hacme sahip olduğu tahmin ediliyor. Türkiye'den TV satış ve lisanslı ürün satışı olarak dünyaya açılmış tek yerli karakter ise Kral Şakir. Karakter lisans geliriyle de yabancı rakiplerini geride bırakmış durumda. Öyle ki 2023 yılında 200 milyon TL lisans gelirinin bu yıl 300 milyon TL'yi aşması bekleniyor. Kral Şakir karakteri ortaya çıktığı 2016 yılından bu yana, perakende ve TV kategorisinde önemli bir büyüme gerçekleştirmiş durumda. Öte yandan kısa bir süre önce Ankara'da açılan 'Kral Şakir Macera Dünyası' tema parkının İstanbul, İzmir gibi büyük şehirlerde de açılması planlanıyor. Ayrıca İstanbul'da açık alanda bir 'macera köyü' için de start verilmiş bulunuyor.

Bugün mobilya sektöründen bilişime kadar birçok sektörde yeni lisansierleri olduğu söyleyen Kral Şakir'in yaratıcısı Grafi2000 Prodüksiyon Kurucusu ve Karikatürist Varol Yaşaroğlu, "55'in üzerindeki lisansiyeye listemize giriş yapmak için kolları sıvamış durumda. Kral Şakir bu yıl dünyaya açılmada da pik dönemini yaşayıp, lisanslı ürünlerimizi dünyada yaygınlaştırmak için yine maceradan maceraya koşacak" diyor.

Ortadoğu'dan Afrika ve Türkiye Cumhuriyetlere kadar, 23 farklı ülkede 18 ayrı dilde gösterimde olan ve ürünleri Türk perakendecileri tarafından yurt dışı pazarlarda da satışa sunulan Kral Şakir, farklı açılımlarla da büyümesini sürdürüyor. Son olarak Kral Şakir, saniyede 20 milyon kullanıcının girdiği

"Box Office Türkiye'nin birincisi olduk"

"Kral Şakir Devler Uyandı filmimiz vizyona girdiği hafta üst üste iki kez Box Office Türkiye'nin birincisi oldu ve zirvedeki yerini korudu. Sinema sektöründe salon sayılarının ve seyircinin yüzde 40 azaldığı bir dönemde, Boxoffice sıralamasında ardımızdan gelen filmde yüzde 40 daha fazla izlenerek hatırı sayılır bir başarıya imza attık. Kral Şakir Boxoffice Türkiye'de de krallığını korumuş oldu. Filmimiz 'Yapay zeka' ile harekete geçen aletleri kullanarak, hayatımıza gerçek sevgi yerine araçsallaştırılmayı koyduğumuzda oluşabilecek büyük tehlikeyi işaret ediyor. En büyük mesajı: Yapay zeka ve teknolojik araçlar bizim için araç olmalı, biz yapay zekanın ya da teknolojik aletlerin araçları olmamalıyız. Ayrıca ekran bağımlılığı tehlikesi ve kültürel zenginliklerimizden biri olan Nemrut Dağı'ndaki heykellerimiz filmimizin çıkış noktalarını oluşturdu."

ği dev oyun platformu Roblox dünyasında da tahlil olmuş bulunuyor.

Dev oyun platformunda

Roblox'un uzun zamandır içinde yer almak istedikleri dünyanın en büyük oyun platformlarından biri olduğunu söyleyen Yaşaroğlu, "Ağustos 2020 itibarıyla, Roblox'un 164 milyondan fazla aylık aktif kullanıcısı bulunuyor ve devasa şekilde artıyor. Bu devasa oyun platformuna dev gibi bir macerayla girmeyi hedeflemiştik. 'Kral Şakir Devler Uyandı' sinema filmimizin yapım aşaması sürerken, platforma uygun dev maceramız filmimizle ateşlenmiş oldu. Oyunun yazılımını ve tasarımını gerçekleştiren Ffx Studios ile kafa kafaya verip bu 'MUHTİŞİM' oyunumuzu gerçekleştirmiş olduk" diye anlatıyor.

'Kral Şakir Devler Uyandı' filmi için iki yıl büyük titizlikle çalıştıklarını ve sonucunda senaryosu ve tekniği ile bugüne kadar yaptıkları filmlerin en güçlüsünün ortaya



çıktığını söyleyen Yaşaroğlu, şöyle devam ediyor: "Böylesine güçlü bir filmin, içindeki zengin öğelerle çok güçlü bir platform içerisinde oldukça kaliteli bir oyuna dönüşmesi kaçınılmazdı. Kullanıcıların kendi avaturlarını oluşturabildiği, oyun içi eşyalar satın alabildiği ve sosyal etkileşimde bulunabildiği

“Karaca Home ile lisans anlaşması yaptık”

“Filmimiz vizyona girmeden kısa bir süre önce Karaca Home firması ile filmimize özel dev bir kampanyaya giriş yaptık. Bu yılın en önemli lisans anlaşmalarımızdan birini filmimizle birlikte gerçekleştirmiş olduk. Benim de içinde olduğum TV reklam filmi, Eser-Berfu Yenerler çifti ile Gökhan Ünver gibi sosyal medya fenomenlerinin yer aldığı sosyal medya filmleri, billboardlar, mağaza içi dekor giydirmeleri ile oldukça büyük bir olay gerçekleştirilmiş oldu. Ve gerçekten bir rekor kırdı; Karacahome’da satışa sunulan Kral Şakir ‘Devler Uyandı’ film temalı lisanslı ürünler 4 gün gibi kısa bir süre içinde stokları eritti.”

VAROL YAŞAROĞLU



bu platformda, çocuklar Kral Şakir ‘Devler Uyandı’ filminin karakterleri, avatları ve özel mekanlarıyla Roblox’da buluşuyorlar. Oyunun kurgusu filmimize ilişkin çok çarpıcı detaylarla zenginleştiği için, çocuklar için inanılmaz bir deneyim alanı sunuyor.”

Beğeni oranı yüksek

Oyunlarının daha çok yeni olduğunu ve Türkiye’de yayımlandığı andan itibaren büyük bir ilgiyle karşılandığını dile getiren Yaşaroğlu, “İlk çıktığı anda beğeni oranımız yaklaşık yüzde 83’lük bir başarı. Bu çok iyi

bir rakam. Roblox’daki çocuklar beğeni konusunda çok seçicidir. Negatif puan vermek, oyunla dalga geçmek vs. bilerek yapılır. Ama konu Kral Şakir olunca ve oyun da çok beğenilince bu tür negatif bir algı asla oluşmadı. Yorumları yakından takip ediyoruz ve Roblox’da oyuna gelen yorumlar harika. Kullanıcılara gelen güncellemeler ile çok daha sağlam ve sürpriz gelişmeler de yaşatacağız.”

Dünyaya açılacak

Bir ay içerisinde oyunlarını diğer ülkelerde de feature etmeye başlayacağını söyleyen Yaşaroğlu, “Tüm dünyada büyük haber olacak bir etkinlik planlıyoruz. 500 kişilik özel sinema salonu sunucuları yapıp, beraber Kral Şakir izleyelim diyerek, Kral Şakir’in sürpriz gösterimini yayınlayıp, oyun kullanıcıları ile beraber izleme etkinliği yapmayı planlıyoruz. Bu oyun endüstrisinde büyük bir haber olur ve oyunun bilinirliğini daha kısa zamanda dünyaya taşır” diye ekliyor.

Sırada konsol oyunu var

Roblox iş birliğinin ardından çok kısa bir zaman sonra yine büyük bir gelişmeyi daha duyuracaklarından da bahseden Yaşaroğlu, şunları anlatıyor: “Dünyadaki lider Metaverse şirketi Sandbox’da Turkishverse içinde yeni bir Kral Şakir evreni daha oluşturduk. Ve bu evrende ‘Kral Şakir Devler Uyandı’ filmimizin tüm unsurlarını, sanki filmin içerisindeymişsiniz gibi hissedeceğiniz, Hungrigames şirketinin yazılımı ve tasarımı ile kapsamlı bir oyun gerçekleştirdik. Yani Roblox’un ardından yine başka bir dünya devi platform içinde muhtişim bir oyun daha geliyor.

Bu anlamda NFT, oyun ve metaverse üçleşmesi için yol haritamız çizilmiş durumda. Gelecekteki oyun planımız konsol oyunu olarak bir Kral Şakir oyunu tasarlamak. Bunun için de AR-GE çalışmalarına başlamış bulunmaktayız.”

“Unicorn olma hedefimize yaklaşıyoruz”

Teknoloji alanında deneyimli iki profesyonel Begim Başlıgil ve Orçun Özalp tarafından 2015'te kurulan Bulutistan, bulut hizmeti sağlayıcısı olarak geliştirdiği ürün ve hizmetlerle Türkiye'ye ve dünyaya hizmet sunuyor. 'Türkiye'nin verisi Türkiye'de kalmalı' vizyonu ile Türkiye'de İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere üç şehirde toplam altı veri merkezine sahip olan şirket; Azerbaycan/Bakü'de ve Almanya/Frankfurt'ta bulunan bulut alt yapılarıyla da yurtdışında 60'tan fazla ülkeye bu bulut sistemlerine bağlanarak hizmet veren bir şirket konumunda bulunuyor.

Bulutistan Türkiye Genel Müdürü Gökhan Gençtürk; Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin üçte ikisine, en büyük 1000 kurumun yaklaşık 600'üne, en büyük 20 holdingin 16'sına bulut hizmeti verdiklerini söylüyor. 2023'te gelirlerini dolar bazında yüzde 100'ün üzerinde artırdıklarını kaydeden Gençtürk; "Türkiye'de büyürken yeni yatırım ve ofislerle yurtdışı operasyonlarımızı da hızlandırmayı hedefliyoruz. 2024'te yurtdışında iki yeni 'node' daha açarak bu yönde önemli bir adım atacağız" diyor. Gökhan Gençtürk ile Bulutistan'ın başarı yolculuğunu ve iş planlarını konuştuk.

Bulutistan'ı tanıyabilir miyiz?

Bulutistan, teknoloji alanında deneyimli iki profesyonel tarafından 2015'te kuruldu. Kurucularımızdan aynı zamanda CEO'muz Begim Başlıgil Microsoft, Türk Telekom, Siemens gibi kurumlarda, diğer kurucumuz Orçun Özalp de Turkcell, Siemens, KoçSistem gibi şirketlerdeki tecrübesiyle Bulutistan'ın başarı hikayesine yön verdi. Yatırımcılarımız arasında ise Sabancı Ventures ile Ak Portföy yer alıyor.

Kuruluştan bu yana nasıl bir gelişim kaydettiniz?

Türkiye'nin ilk ve lider yerel bulut hiz-

meti sağlayıcısı olarak 2015'ten bu yana geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle Türkiye'ye ve dünyaya hizmet sunuyoruz. 350'yi aşan iş ortağı sayımızı ve 800'ü aşkın şirketin yer aldığı müşteri ağıımızı her geçen gün artırırken bulut eko sisteminin büyümesine liderlik ediyoruz. Sadece Türkiye ile sınırlı kalmayıp bölgesel bir oyuncu olmak üzere yurtdışı yatırımlarımızı da artırıyoruz. Orta Asya, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgelerinde yeni ofisler açarak hizmet kapsamımızı genişletiyoruz.

“İngiltere operasyonu ile okyanus sınırlarında önemli bir büyüme sergileyeceğiz”

“TÜRK BAYRAĞINI DÜNYADA DALGALANDIRIYORUZ” Türkiye'nin ilk büyük yerli ve milli bulut servis sağlayıcısı rolümüzü globale taşımak hedefimize yoğunlaştık. Yurtdışında hizmet sunan yerli ve milli bir şirket olarak Türk bayrağını dünyada dalgalandırıyoruz. Geliştirdiğimiz teknoloji ve çözümlerimizle uluslararası sularda mücadele ediyoruz.

“AVRUPA'YA VE ORTADOĞU'YA ODAKLANDIK” Bu bakış açısıyla bir yıl önce CIS Bölgesi'ne odaklanarak başlama vuruşunu Azerbaycan ile yaptık. Azerbaycan üzerinden Kazakistan, Gürcistan ve Özbekistan'a da hizmet veriyoruz. Bununla birlikte Ortadoğu'nun merkezi Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) ve Suudi Arabistan; Avrupa'nın merkezi Almanya olmak kaydıyla Avrupa'ya ve Orta Doğu'ya açılmayı hedefledik.

“BULUTİSTAN AVRUPA'YI FRANKFURT'TA KURDUK” 2023'te Frankfurt'ta Bulutistan Avrupa'yı kurduk. Kıta Avrupa'sında geniş bir müşteri portföyü elde ettik. Almanya'da kurduğumuz yeni şirketimizle global yolculuğumuzu hızlandırdık. İngiltere operasyonunu açarak okyanus sınırları içinde önemli bir büyüme sergileyeceğiz.

meti sağlayıcısı olarak 2015'ten bu yana geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle Türkiye'ye ve dünyaya hizmet sunuyoruz. 350'yi aşan iş ortağı sayımızı ve 800'ü aşkın şirketin yer aldığı müşteri ağıımızı her geçen gün artırırken bulut eko sisteminin büyümesine liderlik ediyoruz. Sadece Türkiye ile sınırlı kalmayıp bölgesel bir oyuncu olmak üzere yurtdışı yatırımlarımızı da artırıyoruz. Orta Asya, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgelerinde yeni ofisler açarak hizmet kapsamımızı genişletiyoruz.

2023, nasıl geçti?

'Türkiye'nin verisi Türkiye'de kalmalı' vizyonu ile sektörlerle çözüm ortaklığı kuran bir şirket olarak 2023'te finansal ve operasyonel olarak hedefimizin üzerine çıktık,

gelirlerimizde dolar bazında yüzde 100'ün üzerinde artış elde ettik. 2023'te ciro olarak sektörel büyüme oranımız yüzde 260 oldu. Eğitimde yüzde 233, enerjide yüzde 167, e-ticarette yüzde 267, finansta yüzde 252, holdinglerde yüzde 205, perakendede yüzde 327, sağlıkta yüzde 450 ve kamuda yüzde 169 ciro büyümesi elde ettik. Türkiye pazarında 2023'te 240 yeni bulut müşterisi kazanırken, toplam bulut kapasitemizi yüzde 100'ün üzerinde artırdık.

2023, küresel bulut pazarındaki konumumuzu da yukarılara taşıdığımız bir dönem oldu. Avrupa pazarındaki genişleme stratejimizin bir parçası olarak Almanya'da ICT Cloud GmbH şirketini kurduk. Yurtdışında

hiper ölçekli şirketlerle mücadele ederken 'ulaşılabilirlik' özelliğimizi koruyarak büyük bir avantaj elde ettik. Hizmet portföyümüzdeki geniş yelpazemizle yurtdışı pazarlarda da büyümeyi hızlandırdık, uluslararası gelirlerimizi yüzde 200 artırdık.

Müşteri portföyünüzde ağırlıklı hangi sektörler var?

Özellikle sağlık, perakende ve finans sektörlerinde hızlanan rekabet ortamı, bulut teknolojilerinin bu alandaki iş yükünü artırıyor. Diğer yandan kamu gibi bilgi güvenliğinin çok önemli olduğu sektörlerde bulut ihtiyacı artıyor. Hemen her sektöre hizmet veriyoruz. 'Finans Bulutu' ve 'Perakende Bulutu' gibi ürünlerimizle bu sektörlerin ihtiyaçlarına nokta atışı çözümler getiriyoruz. 'Kamu Bulutu' ürünümüzle de kamuda bulut teknolojilerinin kullanımını yaygınlaştırıyoruz.

2024 hedefleriniz ve iş planlarınız neler?

Hizmet verdiğimiz şirketlerle daha çok derinleşmeyi, farklı coğrafyalardaki katma değerli hizmet ihracatını artırmayı, müşteri sadakati ve yeni bulut projelerimizle onlara destek olmayı, yeni logo kazanımları elde etmeyi amaçlıyoruz. Türkiye'de büyüme devam ederken yeni yatırım ve ofislerle yurtdışı operasyonlarımızı da hızlandırmayı hedefliyoruz. 2024'te yurtdışında iki yeni 'node' daha açarak bu yönde önemli bir adım atacağız.

Türkiye'deki yeni ofis yatırımlarımızın yanı sıra katma değerli ihracat faaliyetlerimizle de yakın ve uzun vadeli hedeflerimizle ötesine geçmeyi planlıyoruz. Geliştireceğimiz yeni ürün ve yeni nesil teknolojilerle sektörün ihracatına yüksek bir katma değer sağlamayı hedefliyoruz.

Orta-uzun vadede Bulutistan'ı nerede görmek istiyorsunuz?

Attığımız her adımla unicorn olma hedefimize daha çok yaklaşıyoruz. Uzun vadeli hedefimiz; Bulutistan'ı sadece Türkiye'nin değil dünyanın yıldızı haline dönüştürmek. Günün birinde Brezilya'da bir çocuk üniversiteden mezun olduğunda, 'Ben Bulutistan'da çalışmak istiyorum' derse, işte o zaman hayalini kurduğumuz her şeyi gerçekleştirmişiz olacaktır. Sektördeki uzmanlığımız ve zengin bilgi birikimimizle bunu başarabileceğimize inanıyoruz.

GÖKHAN GENÇTÜRK



"Equinix Küresel Bağlantı Ağı'na entegre ilk şirketiz"

"Equinix Küresel Bağlantı Ağı'na entegre olan ilk şirketiz. Böylece yedi kıtada 173 ülkede bulunan 256 Equinix Veri Merkezi'ni kullanarak yurtdışına hizmet verebiliyoruz. Merkezi İstanbul'da olan bir şirket olarak Türkiye'de üç ilde, altı farklı veri merkezimiz var. Azerbaycan/Bakü'de ve Almanya/Frankfurt'ta bulunan bulut alt yapılarımızla da yurtdışında 60'tan fazla ülkeye, bu bulut sistemlerine bağlanarak hizmet veren bir şirketiz. Bulut alanında 125 kişilik uzman kadromuz ve stratejik çözüm ortaklarımızla toplamda 500 kişilik bir ekibiz. Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin üçte ikisine, en büyük 1000 kurumun yaklaşık 600'üne, en büyük 20 holdingin 16'sına bulut hizmeti veriyoruz."

Boya sektöründe kadın girişimcilik fırsatı

Bianca Boya tarafından geliştirilen Bianca Stella Shop projesi ile 19 kadın kendi mağazasını açtı. 400'ün üzerinde kadın usta ile hizmet verdiklerini söyleyen Bianca Boya Kurucu Ortağı Veysel Feyzoğlu, "Kadın ustaların birçoğu daha önce iş hayatına atılmamış ev kadınlarından oluşuyor. Hedefimiz 2024 yılında 30, 2025 yılında da 50 shop mağaza daha açmak" diyor.

Globalde boya sektörü 168 milyar dolarlık büyüklüğe ulaştı. Türkiye'nin boya ve kaplama pazarında yaklaşık yüzde 2'lik bulunuyor. Öte yandan boya sektörünün Türkiye'de 2,8 milyar dolarlık bir iç hacmi söz konusu. Türkiye boya pazarı, Avrupa'da ilk beş boya üreticisi arasında yer alıyor. Türk boya sanayinde yaklaşık 400'e yakın irili ufaklı firma ve dünya standartlarında üretim ve ticaret yapan orta ve büyük nitelikte 20 işletme bulunuyor. Bu firmalar piyasayı domine ediyor. Bianca Boya da bu şirketler içerisindeki ilk 10 firmadan biri. Bianca, inşaat sanayi, dekoratif boya ürünleri, ısı yalıtım malzemeleri, su ve ses yalıtım ürünleriyle bayilere ve tüketicilere 25 yılı aşkın bir süredir hizmet veriyor.

1999 yılında kurulan Orkim Ortaklar Boya Sanayi ve Pazarlama A.Ş. Bianca markası, 2 bin m2 alanda 15 kişilik ekibi ve kısıtlı ürün gamı ile inşaat ve sanayi boya üretken bir firma olarak üretim hayatına başladı. 2004 yılında Azerbaycan'da kurduğu fabrika ile hizmetini yurtdışına taşıdı. Türkiye genelinde 2 binin üzerinde satış noktasına ve 20 adet Bianca Stella Shop mağazasına ulaşan şirket, 32 ülkeye ihracat yapıyor. Türkiye bazında bayi ve alt bayilerinin toplam sayısı ise bin 200'e ulaştı. Şirket, 2024 yılı sonuna kadar yaptığı atılımlar ile bayi sayısını bin 500'e çıkarmayı hedefliyor.

5 bin kadına workshop

Bianca Stella yeni nesil dönüşüm boyasını 2021 Mart ayında piyasaya sürdüklerini

"Kendin yap akımı yaratıyor"

"Yurtdışında oldukça popüler olan Do It Yourself (Kendin Yap) akımı, son yıllarda ülkemizde de oldukça talep gören bir akım haline geldi. Bianca Stella ürünü de bu ihtiyaca cevap veriyor. Dönüşüm boya sektörlerinden biri olmaya çok yakın. Önümüzdeki yıllarda duvar boya sektöründe pastel renklerin kullanımının devam edeceği aynı zamanda dekoratif boyalara ve farklı renklere de talebin artacağını öngörüyoruz. Evlerde son dönemde duvar kağıdı kullanımının azaldığını bunun yerine dekoratif boya kullanımının görüldüğünü görüyoruz."

"Yeni üretim tesisleri açacağız"

"Bianca olarak Türkiye Avrupa genelindeki 5'inci büyük boya üreticisi olmamızın yanı sıra, giderek artan üretimimiz ve teknolojik alt yapılarımız ile kendi bölgemizde uluslararası boyutlu sektörel bir güç olma hedefi doğrultusunda ilerliyoruz. Dönüşüm boya da bu başarıdaki payımızı almaya başladı. Yurtdışında 32 ülkeye ihracatımız var. Irak, Gürcistan, Rusya ve Cezayir en çok ihracat yaptığımız ülkeler. Diğer ülkelerden bazıları ise; Azerbaycan, Moldova, Bulgaristan, Yunanistan, Ukrayna, Afganistan, İran, Katar, Bahreyn, Kuveyt, Tunus ve Gana. Rekabet gücüne katkı sağlamak için yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Önümüzdeki zaman diliminde Gebze, Düzce ve Bursa civarında yeni üretim tesisi açmayı planlıyoruz."

açıklayan Bianca Boya Kurucu Ortağı Veysel Feyzoğlu, özellikle mutfak, banyo, mobilya gibi alanları boyayan Bianca Stella'nın kadın eli ile çok daha başarılı olacağını düşündüklerini söylüyor. Bu doğrultuda kadın ustalar oluşturma hedefi ile yola çıktıklarını belirten Feyzoğlu, 2021 yılının mart ayında 10 tane kadın usta ile başladıkları bu yolda şu anda Türkiye genelinde 400'ün üzerinde kadın usta ile hizmet verdiklerini ifade ediyor. Feyzoğlu, "Kadın ustaların birçoğu daha önce iş hayatına atılmamış ev kadınlarından

oluşuyor. Bunun yanında öğretmen, memur ve iş kadını olan birçok ustamız var. Kadın usta sayımızı 10'lardan 400'lere çıkarırken yaklaşık 5 bin kadına da workshop yapıldı, bunlardan bu işi kendine meslek yapmayı düşünenler de kadın boyacı olarak iş hayatına atıldılar" diyor.

Geliştirdikleri Bianca Stella Shop projesi ile 19 kadının kendi mağazasını açtığını ifade eden Feyzoğlu, öncelikli olarak kadın ustaları Bianca Stella Shop açması konusunda teşvik ettiklerini, şu anda yaklaşık 20 Bianca



VEYSEL FEYZOĞLU

Stella Shop mağazasının 19'unun sahibinin kadın olduğunu vurguluyor. "Hedefimiz 2024 yılında 30, 2025 yılında da 50 shop mağaza daha açmak. Mevcut shop mağazalarının beş tanesi AVM'lerin içinde, diğerleri de şehrin en güzel konularında yer alıyor" diyen FeYZoğlu, bu mağazalardan ürün alındığında ücretsiz olarak online uygulama desteği ve ayrıca ücretli olarak uygulama desteği de verildiğinin altını çiziyor.

Giriş bedeli alınmıyor

Bu yıl 100, bugüne kadar da toplam 500 kadın kullanıcıya eğitim ve seminer verdiklerini ifade eden FeYZoğlu, şöyle devam ediyor:

"Bunlardan 300 tanesi boya dönüşüm danışmanı olarak profesyonel anlamda bir meslek sahibi oldu. Evde başlayan süreçte kadınlarımızı meslek sahibi edindirdik. Her bölgeden kadın kullanıcılar Instagram üzerinden anlaştıkları müşterilerinin evlerine gidip evlerinde boyama hizmeti verebiliyorlar. Bu bizim sektörde olmayan bir uygulamaydı. Boya denilince akla her zaman erkek gelirdi ama biz bunu değiştirdik. Eğitim faaliyetlerimiz devam edecek ve 2024 sonunda

hedefimiz toplamda bin kadın ustaya ulaşmak ve 600 kadını daha iş sahibi yaparak sektöre kazandırmak."

Bu proje ile hem kadınların ekonomik faaliyetlerini hem de işgücü piyasasında katılımın artmasını hedeflediklerine dikkat çeken FeYZoğlu, bir diğer amaçlarının da kadınların girişimciliklerini desteklemek olduğunu vurguluyor. Uygun yer bulunup, alanın kiralanması sonrasında mağazanın

tüm teşhir materyalleri Bianca tarafından sağlanıyor. İçerisindeki malzeme bedeli de müşteri tarafından temin ediliyor. Bu iş modeli için herhangi bir franchise giriş bedeli alınmıyor. Bulunan lokasyonun yaya yoğunluğuna dikkat ediliyor. İşlek caddelerde olması önemli bir detay. Ayrıca alanın cephesi ürünlerin ve tabelanın teşhirine uygun olması gerekiyor.

250 bin TL ciro hedefi

Mağazalar buldukları cadde, sokak veya AVM'ye göre farklı müşteri gruplarına hitap edebilmektedir. Bianca Stella shopları sadece malzeme satışı yapmayı aynı zamanda uygulama desteği de veriyor. Bu yüzden ciroların farklılık gösterdiği ifade ediliyor. FeYZoğlu, minimum bir mağazanın aylık 250 bin TL ciro yapabildiğini söylüyor. FeYZoğlu, "Shop bayilerimize kuruluşunda dekorasyon desteği veriyoruz. Tüm materyaller bizler tarafından sağlanıyor. Mix makine desteğimiz var ve bu sayede 2024 adet renk yapılabilir. Mağazada bulunan TV ile reklamlarımızı ve tanıtıcı filmlerimizi oynatarak müşteriye sunular da gerçekleştiriyoruz" diyor.



“Finansal teknolojilerde global marka olacağız”

Fimble Kurucu Ortağı ve CTO’su Abdurrahman Çınar; “Küresel ortaklarımızın sayısını artırarak uluslararası ağıımızı güçlendirmek ve Fimble’ı finansal teknolojiler alanında lider ve global bir marka olarak konumlandırmak istiyoruz” diyor. Bugüne kadar aldıkları toplam yatırım miktarının 5,5 milyon dolara ulaştığını kaydeden Çınar; 2024’ün son çeyreğinde sermaye artırımını için yeni bir yatırım turunu tamamlamayı hedefledikleri bilgisini de veriyor.

Fimble; finans sektöründe faaliyet gösteren oyuncuların problemlerine yönelik, yeni nesil teknoloji ve iş ihtiyaçlarına uygun bir bulut tabanlı sistem oluşturarak Mücahit Gündebahar ve Abdurrahman Çınar tarafından Ocak 2022’de kuruldu. Fimble’in global bir şirket olma vizyonu ile hareket ettiğini söyleyen Fimble Kurucu Ortağı ve CTO’su Abdurrahman Çınar; “Yenilikçi ürünlerimizi sürekli geliştirip, müşterilerimizin ve ortaklarımızın ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunarak, Fimble’ı finansal teknolojiler alanında lider bir marka yapma hedefindeyiz” diyor. Abdurrahman Çınar ile Fimble’in yeni dönem stratejilerini ve ‘unicorn’ hedefi doğrultusunda izleyecekleri yol haritasını konuştuk.

Fimble’ı tanıyabilir miyiz?

Fimble’nin hikayesi, global bir değişim sürecinde olan finans endüstrisi ve Türkiye’deki derin finansal teknoloji deneyimi gibi iki temel bileşen üzerine kuruldu. Global pazarı hedefleyen, modern teknoloji ve iş yaklaşımıyla yola çıkan Fimble takımı olarak, 2 milyon dolarlık bir yatırım alarak başladığımız yolumuza Albaraka Portföy, KT Portföy ve Tera Portföy gibi yatırımcılarla anlamlı bir sentez yakaladık ve ülkemize global marka değeri kazandırma hedefiyle yola devam ediyoruz.

Çözümlerinizden bahsedebilir misiniz?

Fimble; finansal API’lerle donatılmış, SaaS mimarisi ve bulut tabanlı mikroservisler üzerine kurulu bir kompozit finans çözümü öneriyor. ‘Fimble İşlem Bestecisi’ kullanarak,

“Daha verimli, maliyet-etkin ve akıcı çözümler sunuyoruz”

“Fimble, finansal teknoloji çözümlerine yenilikçi ve verimli bir yaklaşımla rakiplerinden ayrılıyor. Platformumuz; önceden tanımlanmış ürünlerle, süreçlerle ve test edilmiş hazır bir sistemle birlikte haftalar içinde hızlı bir entegrasyon imkânı sağlıyor. Fimble sistemi, kolay özelleştirme özelliği sunan, yapılandırılabilir iş akışlarına sahip. Mikroservis mimarisi ve API tabanlı entegrasyon, dışa bağımlılıkları daha da azaltarak sorunsuz ve hızlı bir entegrasyon süreci oluşturuyor. Bu mimari, esnekliği artırırken uygulama sürecini hızlandırarak işletmelerin piyasa değişikliklerine hızla uyum sağlamasını da sağlıyor. Daha az dış bağımlılıkla tam bir çözüm sağlayarak ve birden fazla lisans maliyetine ihtiyaç duymadan, Fimble geleneksel finansal teknoloji hizmetlerine kıyasla daha verimli, maliyet-etkin ve akıcı bir çözüm sunuyor.”

bankalar ve finans kurumları ürün ve hizmetlerini geliştirebilir, yeniden yapılandırabilir ve müşterilerine ve fintech ortaklarına sunabilir.

Fimble; tak-çıkartma özellikli, ölçeklenebilir, ekosistem iş birliklerine uyum sağlayabilen, kurumların kendi dinamiklerine göre bağımsız şekilde özelleştirebileceği yalın ve parametrik fonksiyon grupları sunarak sektör oyuncularının işlerini basitleştirmeyi hedefliyor. Sürdürülebilir bir hizmet modeli sunan Fimble, ürünün sürekli olarak rekabetçi ve regülasyona uygun kalmasını sağlarken, finansal kuruluşların kendi iş modellerine, ürünlerine ve müşterilerine odaklanmalarına olanak tanır.

Kuruluştan bu yana nereden nereye geldiniz?

Kuruluşumuzdan bu yana kayda değer bir büyüme ve gelişme süreci yaşadık. 2023

yılı sonunda, yedi müşterimiz, 186 iş ortağımız ve 4 bin 500’den fazla finansal API’ye sahip olduk. Bu geniş ağ sayesinde, finansal teknoloji sektöründe güçlü bir konuma ve çeşitlendirilmiş bir iş portföyüne ulaştık.

Küresel bir etki yaratma vizyonumuzla, Londra’da ve İstanbul’da toplam üç ofis açtık ve 80’den fazla çalışanımızla müşterilerimize yenilikçi finansal teknoloji çözümleri sunuyoruz. Müşteri ve iş ortaklarımızla sağladığımız sinerji iç pazarda ve uluslararası arenada rekabetçi kalmamızı sağlıyor. Bu etkileyici büyüme, sektördeki yerimizi sağlamlaştırıyor ve Fimble’in finansal teknoloji alanında öncü bir oyuncu olarak tanınmasına katkıda bulunuyor.

2024 yılı iş planlarınız neler?

2024’e hızlı ve hedeflerimize odaklı bir başlangıç yaptık. Yılın kalanında küresel müş-



“Hedefimiz, Fimple’i ‘unicorn şirket’ olarak konumlandırmak”

“KÜRESEL İŞ ORTAKLARI AĞIMIZI BÜYÜTECEĞİZ” Orta ve uzun vadeli planlarımız, Fimple’i gelecek 3-5 yıl içerisinde bir unicorn şirket olarak konumlandırmak üzerine kurulu. Bu hedefe ulaşmak için belirlediğimiz bölgelerde canlı sistemlerimiz üzerinden güçlü referanslar elde ederek sektörde dominasyon sağlamayı amaçlıyoruz. Ürünümüzün global standartlara uygunluğunu sağlayarak ve küresel iş ortakları ağıımızı büyütürken bu vizyonu gerçekleştirmek için stratejik adımlar atıyoruz.

“GLOBAL YETENEK HAVUZUMUZU GENİŞLETECEĞİZ” Bu süreçte, şirket kimliğimizi küresel bir perspektifle şekillendirmek ve dünya çapında tanınan bir marka haline getirmek için global yetenek havuzumuzu genişleteceğiz. Türkiye’den çıkıp global bir unicorn olma yolunda, uluslararası alanda rekabet edebilecek bir kurum yapısı ve şirket kültürü inşa etmek bizim için öncelikli olacak. Bunu başarmak adına, yenilikçi ürünlerimizi sürekli geliştirip, müşterilerimizin ve ortaklarımızın ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunarak, Fimple’i finansal teknolojiler alanında lider bir marka yapma hedefindeyiz.

teri tabanımızı genişletmeyi, özellikle Körfez bölgesi, Avrupa, Afrika ve Balkanlar’dan en az birer müşteri kazanmayı amaçlıyoruz. Bu bölgelerden gelen gelirleri, ürün geliştirmeye ve global bir unicorn şirketi olma hedefimize ulaşmak için kullanacağız.

Küresel ortaklarımızın sayısını artırarak, uluslararası ağıımızı güçlendirmek ve Fimple’i global bir marka olarak konumlandırmak istiyoruz. Bu yıl içinde ciromuzu yüzde 100’ün üzerinde artırmayı ve müşteri sayımızı iki katına çıkarmayı hedefliyoruz. Çalışan sayımızı 100’ün üzerine çıkararak ürün geliştirme kapasitemizi artırmayı, hizmet ve çözüm yelpazemizi daha da genişletmeyi planlıyoruz. Stratejik hedeflerimize ulaşmada, inovatif ürünlerimizin ve çözümlerimizin sürekli gelişimine odaklanacağız.

Toplam yatırım miktarınız ne kadara ulaştı?

Tohum öncesi turda elde ettiğimiz 2 milyon dolarlık yatırımın üzerine, APY Ventures liderliğindeki köprü yatırım turuyla 3,5 milyon dolar daha yatırım aldık ve toplam yatırım miktarımız 5,5 milyon dolara ulaştı. KT Portföy, Tera Portföy ve melek yatırımcıların yanı sıra eklenen yeni melek yatırımcılarla birlikte, Fimple’in finans sektöründeki genişleme ve inovasyon hedeflerini destekleyecek bir yatırım havuzuna kavuştuk.

Yatırımların şirket stratejilerinize nasıl katkıları var?

Bu yatırımları, global pazarda etkin şekilde büyüme ve finans sektöründeki dönüşümü hızlandırmak için stratejik olarak kullanıyoruz. Özellikle ‘Financial Function as a Service’ prensibiyle çalışan bulut tabanlı, tak-çıkır özellikli platformumuzu güçlendirmek, rekabet avantajımızı artırmak ve müşterilere daha yüksek kaliteli hizmetler sunmak için bu yatırımlar büyük önem taşıyor.

Yeni yatırım turlarına çıkma hedefiniz var mı?

Yatırımlarımız, teknolojik altyapımızı güçlendirme ve finans endüstrisindeki değişimi liderlik ederek şekillendirme misyonumuzla ivme kazandırdı. Bu yatırımlarla 2024’ün son çeyreğinde sermaye artırımını için yeni bir yatırım turunu tamamlamayı hedefliyoruz. Bu da bizi daha geniş bir pazar payına ve daha büyük bir müşteri tabanına taşıyacak stratejik gelişmelerin kapısını aralayacak.

“Enerji verimliliği için farkındalık oluştu”

Türkiye’de 1950 yılından beri faaliyet gösteren İsveç merkezli endüstriyel ekipman üreticisi Atlas Copco Kompresör Tekniği’nin Türkiye Genel Müdürü Nuri Köse, “15 yıl önce enerji verimliliğini anlatmak için müşterilerimizden randevu alamazdık. Şimdi ise gelen taleplere yetişmekte zorlanıyoruz” diyor.

Endüstriyel ekipmanlar alanında 1873 yılından beri faaliyet gösteren İsveç merkezli Atlas Copco, Türkiye’deki üretici KOBİ’lerin ve büyük sanayi işletmelerinin enerji tüketimini azaltacak çözümler üretiyor. Atlas Copco Kompresör Tekniği Türkiye Genel Müdürü Nuri Köse, Türkiye’de 1950 yılından beri faaliyet gösteren Atlas Copco’nun yeni dönemde, üretimde sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm için yeni ürünler sunmaya başladığını söylüyor. Köse, “15 yıl önce enerji verimliliğini anlatmak için müşterilerimizden randevu alamazdık. Şimdi ise gelen taleplere yetişmekte zorlanıyoruz” diyor.

16 Milyar Euro cirosu var

Atlas Copco’nun dünya genelinde 180 ülkede 50 bin çalışanı var. Şirket, 2023 yılında 16 Milyar Euro ciro elde etti. Bu cironun yüzde 45’lik kısmı Kompresör Tekniği’nden geliyor. Şirket her yıl gelirinin yüzde 4’ünü AR-GE’ye ayırıyor. Atlas Copco Kompresör Tekniği Avrupa başta olmak üzere dünyanın farklı yerlerindeki üretim tesisleri ve 30’dan fazla markası ile faaliyet gösteriyor. Geliştirdiği yeni teknolojiler sayesinde sağladığı sürdürülebilir verimlilik ve her sektöre özel çözümleriyle dünya pazarlarında öne çıkan şirket, Belçika’nın Antwerp kentinde Avrupa’nın en büyük kompresör fabrikasına sahip.

3 ülke Türkiye’den yönetiliyor

Atlas Copco Kompresör Tekniği, Türkiye’de de sanayideki verimliliği yükselten

“Emisyonları yüzde 50 azaltmayı hedefliyoruz”

“Atlas Copco olarak ‘Sürdürülebilir verimlilik’ mottomuz ile geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle endüstriyel verimliliği, enerji tasarrufu ve sürdürülebilir çözümlerle işletmelerin performansını artırırken dünyanın geleceğine odaklanıyoruz. İnovatif çözümlerimizle başlattığımız sürdürülebilir dönüşümle işletmelerin bir numaralı stratejik iş ortağı olmayı, yüksek verim ve enerji tasarrufu merkezli ‘yeşil üretim’ yaklaşımımızla 2030 yılına kadar emisyonlarımızı yüzde 50 azaltmayı hedefliyoruz.”

kompresörler, basınçlı hava sistemleri, vakum çözümleri, endüstriyel elektrikli el aletleri, montaj sistemleri, güç ve akış çözümleri sunuyor. Şirketin Türkiye’deki faaliyet geçmişi milli sanayinin gelişip büyüme tarihiyle neredeyse yaşı. İstanbul Tuzla’daki

merkezi ile birlikte ülke çapında 8 bölgede servis ağı bulunuyor. Şirketin genel müdürü Nuri Köse, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) Makine Mühendisliği bölümünden mezun olduktan sonra, 2007 yılından beri Atlas Copco Grup bünyesinde çeşitli kademelerde çalışmalarını sürdürdü. Nuri Köse, 2021 yılından bu yana yürüttüğü Atlas Copco Kompresör Tekniği Türkiye Genel Müdürlüğü’nün yanı sıra Azerbaycan, Gürcistan ve Türkmenistan organizasyonlarının da genel müdürlüğünü üstleniyor.

Danışmanlık hizmeti veriyor

Atlas Copco Kompresör Tekniği küresel ölçekte; fabrikalarda basınçlı hava üreten makineleri üretiyor ve bu alanda teknolojiler geliştiriyor. Demir-çelik, otomotiv, tekstil, petrokimya, çimento, yiyecek & içecek, atık su arıtma, ilaç endüstrileri gibi birçok farklı sektöre hizmet veriyor. Ürünleri arasında yağ enjeksiyonlu vidalı, yağsız vidalı, santrifüj (turbo), yağsız hava blowerlar, pistonlu yüksek basınçlı kompresörler, azot ve oksijen jeneratörleri, merkezi kontrolörlere,





gaz ve kimyasal tip hava kurutucular, marin tipi kompresörler bulunuyor. Bunların yanı sıra enerji verimliliği ve uzaktan kontrol konusundaki uzmanlığını işletmelerle paylaşmaya devam ediyor. Atlas Copco Kompresör Tekniği müşterilerine 7/24 kesintisiz satış, servis ve danışmanlık hizmeti veriyor.

“Yeşil üretime ilgi arttı”

1920’lerin başında Türkiye’nin alt yapısının gelişmesine ve sanayiye destek olmak amacıyla faaliyetlerine distribütör kanalı ile başlayan Atlas Copco’nun 1950’den beri limited şirket olarak İstanbul’daki Tuzla merkezinde faaliyetlerini sürdürdüğünü anlatan Nuri Köse, “Türkiye’de ürün satışı ve servis hizmeti vermeye başladığımız günden bu yana basınçlı hava ve gazların kullanıldığı her yerde geniş ürün portföyümüz ve yenilikçi çözümlerimiz ile iş ortaklarımızın çözüm merkezi olarak konumlanıyoruz. Sürdürdüğümüz Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında, sunduğumuz enerji verimliliğini daha da artırmaya odaklanıyoruz. Ürünlerin kullanımından kaynaklanan karbon ayak izinin

en aza indirilmesine yönelik her türlü iyileştirmeyi de bu faaliyetlerimiz kapsamında yürütüyoruz” diye konuşuyor.

Başta KOBİ’ler olmak üzere pek çok dev sanayi şirketine de hizmet verdiklerini kaydeden Köse, son yıllarda özellikle iklim değişikliğinin de etkisi ile enerji verimliliği ve tasarrufu sağlayan ürünlere ilginin arttığını söylüyor. Şirketlerde verimlilik ve enerji maliyeti arasındaki dengenin ne kadar kritik olduğuna yönelik farkındalık oluşmaya başladığını ifade eden Köse, “Atlas Copco Kompresör Tekniği olarak geliştirdiğimiz ürün ve teknolojilerle ülkemizde yeşil üretimin yaygınlaşması ve enerji verimliliği ile maliyetlerin azaltılmasına yönelik sağladığımız katkısı daha da artırmayı hedefliyoruz” diyor.

Enerjinin yüzde 43’ü sanayide

Türkiye, Atlas Copco için çok önemli ve yüksek potansiyele sahip bir pazar olma özelliği taşıyor. Türkiye’nin üretimdeki çeşitliliği, genç ve yetkin iş gücü ile ihracattaki başarısı ortaya son derece parlak bir tablo

çıkıyor. Enerjiye olan ihtiyaç ve yükselen enerji maliyetleri açısından bakıldığında Türkiye pazarının hem karbon emisyonu hem de bu maliyetlerin düşürülmesi noktasında gelişime son derece açık bir yapıya sahip olduğunu kaydeden Köse, “Geliştirdiğimiz ürünlerin güvenilirliği ve yüksek enerji verimliliği, Türkiye endüstrisinin rekabetçiliğine olumlu katkı sağlıyor. Türkiye’de basınçlı hava yatırımlarında sahip olma maliyetine yönelik artan farkındalık ve buna karşılık ürünlerimizin sunduğu yüksek verimlilik ve güvenlik şirketimizin pazardaki konumunu daha da ileri seviyeye taşıyor” diye konuşuyor.

“6 ayda maliyeti çıkarıyor”

Türkiye’de toplam enerji tüketiminin yaklaşık yüzde 43’ü sanayide gerçekleşiyor. Sanayide sürdürülebilir enerji tasarrufunu destekleyen kompresörler, üretimde maliyetleri azaltırken verimliliği de yükseltiyor. Basınçlı hava üretim maliyetinin yaklaşık yüzde 80’inin enerjiye harcandığına işaret eden Köse, şunları söylüyor: “Endüstriyel bir hava kompresörünün satın alma fiyatı, kullanım ömrü maliyetlerinin yalnızca yüzde 10 ila 15’ini oluşturuyor. Bu sebeple, endüstride ihtiyaca yönelik doğru kompresör seçimi yapılması çok büyük önem taşıyor. Doğru seçilen ve işletilen ekipmanlarımız, çalışma saatine göre 6 ay ile 2 yıl arasında yatırım maliyetlerini rahatlıkla geri döndürebiliyor. Bunun müşterilerimizin enerji maliyetleri ve karbon ayak izi üzerindeki de etkisi çok büyük oranda.”

20 ülkeye medikal korse ihraç ediyor

Uzun yıllar kamu hizmeti icra ettikten sonra 2000'li yıllarda görevinden ayrılarak ticarete atılan bir isim Murat Oğuz. Birçok sektörü içerecek şekilde geniş bir pazar araştırmasını tamamladıktan ve inşaat, tekstil, sigorta gibi farklı sektörlerde tecrübe edindikten sonra estetik ve güzel alanında çalışmaya karar veriyor. Bu alanda ihtiyacın artacağını değerlendirerek MimGrup'un temellerini atan Oğuz, faaliyetlerine 2004 yılında estetik cerrahi malzeme tedarik etmek amacıyla başlamış bulunuyor. İlk olarak cerrahi korse markası Marena'nın Türkiye distribütörlüğünü alıyor. Ardında da 'Elmura' ismiyle kendi medikal korse markasını kurarak büyüme yolundaki adımları atıyor. Grubun bir sonraki adımı meme implantı oluyor. Dünyada 85 ülkede yer alan 'Motiva' marka meme implantlarını Türkiye'ye getirerek satışlar açısından tüm distribütörler arasında ilk sırada yer alıyor. MimGrup olarak bugün 65 kişilik ekipleri, 22 bayisi ve Ankara, İzmir, Adana, Antalya ve Bursa ofisleri ile plastik, estetik ve rekonstrüktif cerrahi, dermatoloji ve medikal estetik sektöründe hizmet verdiklerini söyleyen Oğuz, geçen yılı 280 milyon TL ciro ile kapattıklarını, 2024 yılı ciro hedeflerinin ise 550 milyon TL olduğunu söylüyor.

2004 yılından bu yana dermatoloji ve medikal estetik sektörlerine odaklanan MimGrup, ithal ettiği markaların yanı sıra kendi medikal korse markası 'Elmura' ile de büyüyor. 20 ülkeye ihracat yapan grup, ürünlerin yanı sıra alanında yeni teknolojileri de Türkiye'ye getirerek bu yıl 550 milyon TL ciro hedefliyor.

"Eğitim platformu kuruyor"

"2024 yılında, MimGrup ürünlerinin en etkin ve doğru kullanımını sağlamak amacıyla, sağlık profesyonellerine ve asistan öğrencilere hizmet verecek eğitim platformunun kurulmasının ilk adımlarını attık. Esentepe'deki genel merkezimizde 250 metrekarelik bir alanı teknolojik altyapı ile donatarak, alanında uzman sağlık profesyonellerinin eğitici desteğiyle eğitim platformu haline getiriyoruz. Bu platform sayesinde 60 kişiye kadar sağlık profesyonellerinin teorik ve canlı uygulama eğitimlerini ücretsiz sağlama imkanına sahip olacağız. Bununla beraber, eğitimleri özel bir dijital platformda istenildiği zaman izleme imkanı verecek bir portalın kurulmasına da başladık. 2024 yılı sonu itibarıyla eğitim platformunu yüzde 100 kapasite ve imkan ile açmış olacağız."

20 ülkeye ihracat yapıyor

MimGrup bugün kendi markası 'Elmura' ile yılda 200 bin adetlik satış gerçekleştiriyor ve pazarda yüzde 65 paya sahip. Ayrıca ürünü 20 ülkeye de ihraç ediyor. Bu yıldan itibaren ihracat rakamlarını yüzde 100 artırmayı planlayan şirketin hedef pazarları ise Avrupa, Ortadoğu ve Yakın Asya ülkeleri.

Silikon meme implant şirketi 'Motiva'nın ise İstanbul'da pazar payı yüzde 60. İzmir'de pazar payının yüzde 10 ve Antalya, Bursa, Ankara, Adana'daki ise yüzde 40'lar seviyesinde olduğundan bahseden Oğuz, "Bugün Türkiye'de yılda ortalama 40 - 45 bin adet meme implantı yapılıyor, bu operasyonların 18 bininde Motiva terci ediliyor. Motiva'nın Türkiye, Azerbaycan, Özbekistan ve Tajikistan'daki pazarlama ve dağıtım faaliyetlerini 2016 yılından itibaren sürdürmekteyiz. 2023 yılı sonuçları itibarıyla bu markanın global ölçekteki distribütörleri arasında ilk sıralarda yer alıyoruz. 2019 yılından itibaren de Avrupa bölgesi distribütörleri sıralamasında ilk sıradayız" diye anlatıyor.

Yeni teknoloji getirecek

Grubun 2024 yılının ilk yarısında 18 - 25 yaş grubu 'A kap' denilen küçük göğüslü ve göğüs ameliyatı geçirmemiş kişilerin ter-

"Kök hücre teknolojilerini araştırıyoruz"

"20 yıla varan sektör tecrübesi, bununla beraber öğrendiklerimiz ve yurtdışındaki teknolojinin yöneldiği alanları dikkate aldığımızda, aslında tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun, artık doğala en yakın, daha minimal cerrahi gerektiren, kısa sürede günlük hayatına dönebileceği, komplikasyon riski en düşük, güvenilir sağlık kuruluşlarında yapılan girişimlere yönelmekte olduğunu görüyoruz. Tüketici ve hastanın bu yönelimi de sağlık endüstrisini yeni teknolojileri geliştirmeye zorlamakta. Grup olarak biz de bu yönde en son gelişmeleri takip ediyoruz. 2025 yılından itibaren de kök hücre ile uygulanan estetik işlemlerde yer almak adına hem yurtiçinde hem de yurt dışında pazar ve teknoloji araştırmalarına devam etmekteyiz."

cih edeceği, 15 dakikada lokal anestezi ile meme implantı yapılmasına imkan tanıyan teknolojiyi Türkiye'ye ilk getiren ilk marka olacağını da belirten Oğuz, "Bu teknoloji, günümüzde Tokyo, Barcelona, Zürih, Stockholm ve Stuttgart'ın ardından İstanbul'da da uygulanmaya başlayacak" diye ekliyor.

Şirketin distribütörlüğünü gerçekleştirdiği diğer bir marka ise Arbrea Labs. Marka, İsviçre merkezli bir teknoloji şirketinin geliştirdiği ve 3D gerçeklik üzerine inşa ettiği yazılım olup, bu yazılım, estetik ve estetik cerrahi işlemler öncesinde öngörülebilir olan tahmini ameliyat sonuçlarının hastaların karar vermelerine yardımcı olması amacıyla sağlık profesyonelleri tarafından kullanılıyor. ABD'li GalaFlex markasını da Türkiye'ye getirdiklerinden bahseden Oğuz, "Bu marka ise meme cerrahisi işlemlerinde kullanılan ve uygulandığı bölgeye ek yumuşak destek dokusu sağlayan, yüzde 100 eriyebilen bir cerrahi yamadır" diyor.

Londra'da ofis açacak

MimGrup ve iştirak şirketleri olarak 35 milyon TL üzerinde ihracata ulaşmayı hedeflediklerini söyleyen Oğuz, yatırım planları hakkında ise şunları anlatıyor: "Elmura markamız sadece estetik amaçlı ameliyatlardan sonra giyilen post operatif kompresyon korselerini içermekte olup yatırım planlarımıza, hamilelik süreci ve sonrasında ihtiyaç duyulan iç giyim, bisiklet, koşu, egzersiz, yürüyüş gibi bireysel sportif aktivitelerde giyilen kompresyon giysiler ile lenf ödem tedavilerine yardımcı olacak giysilerin üretimini almış bulunmaktayız. Son yıllarda özellikle, Fransa, Doğu Bloku ülkeleri ve Rusya'dan private label üretim talepleri alıyoruz. Pazar ihtiyaçları doğrultusunda bizi güçlendirecek pazarlarda private label üretime olumlu bakıyoruz."

Elmura marka ürünlerinin Avrupa'da daha etkin olması adına 2024 yılı sonuna doğru Londra'da ofis açmayı planladıklarını söyleyen Oğuz, "Bununla beraber, halen dünyanın en büyük estetik işlemler pazarı olan ABD'de de birkaç potansiyel partner ile görüşmelerimiz devam etmekte olup, güçlü bir partner ile ABD pazarında 2025 yılından itibaren var olmayı hedeflemekteyiz" diyor.

MURAT OĞUZ



“Odak noktalarımız enerji ve teknoloji”

Sodexo dünya genelinde 430 bin çalışanıyla 45 ülkede günlük 80 milyon tüketiciye yemek ve tesis yönetimi hizmeti veriyor. Türkiye’de 1992 yılından bugüne faaliyet gösteren Sodexo Türkiye de başta KOBİ’ler olmak üzere şirketlere yerinde yemek, mühendislik, teknik bakım ve enerji yönetimi, temizlik ve destek hizmetler gibi 100’e yakın alanda hizmet veriyor. Sodexo Türkiye CEO’su Ahmet Zeytinoğlu ile şirketin yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

1971’de Antalya’da doğdum. Evliyim ve iki çocuğum var. Aslen Eskişehirliyim. İlkokula Gaziantep’te başladım ve devamında ikinci sınıftan itibaren lisenin sonuna kadar Antalya’da okudum. Sonrasında Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Makine Mühendisliği bölümünü kazanıp 1993’te mezun oldum. Sonrasında 2,5 sene Arabistan’da şantiyede çalıştıktan sonra Türkiye’ye döndüm. Türkiye’de çeşitli fabrikalarda çalıştıktan sonra hizmet sektörüne geçtim. Son 13 senedir hizmet sektöründe çalışıyorum. Sodexo, 1966 yılında Fransa’da kuruldu ve şu anda 45 ülkede 412 bin çalışanıyla 100 milyon tüketiciye hizmet veriyor. Türkiye’de ise 1992 yılından bugüne faaliyet gösteriyoruz. Sodexo Türkiye olarak 4500’e yakın çalışanımızla sektörde öncü firmalara tesis yönetim hizmetleri sunuyoruz. Sodexo olarak yerinde yemek hizmeti, mühendislik hizmetleri, teknik bakım ve enerji yönetimi, temizlik ve destek hizmetler gibi 100’e yakın alanda hizmet veriyoruz.

Önümüzdeki dönemde belirlediğiniz hedef pazarlarınız var mı, varsa hangileridir ve neden?

Türkiye; Sodexo için her zaman gelecek

Başta KOBİ’ler olmak üzere şirketlere yerinde yemek, mühendislik, teknik bakım ve enerji yönetimi, temizlik ve destek hizmetler gibi 100’e yakın alanda hizmet veren Sodexo Türkiye’nin CEO’su Ahmet Zeytinoğlu, “Enerji, teknoloji, atık yönetimi, sağlıklı beslenme şu anda odak noktalarımız” diyor.

“Kadın çalışan oranımız yüzde 48”

“Şu anda 4500’e yakın çalışanımızın bulunuyor. Bu noktada en çok gurur duyduğumuz konu kadın çalışanlarımızın sektörün çok üzerinde bir orana; yüzde 48’e ulaşmış olması. Cinsiyet eşitliği konusu bizim için çok önemli. Buna paralel olarak kız çocuklarını destekleyen Gelecek Atölyeleri projemiz var. Bu proje kapsamında 5 Meslek Lisesi, 2 MYO ile koordineli olarak 3000’in üzerinde gencimize destek oluyoruz. Ben kişisel olarak Sodexo Sotogether İnsiyatifinin Avrupa Yönetimi Kurulunda aktif olarak çalışıyorum. Bu insiyatifle tüm dünya kadınlarının topluma katkısını arttırmak, Kadına şiddeti azaltmak için onlarca proje yapıyoruz.”

vadeden ve büyüme potansiyeli olan bir pazar. Biz Türkiye Pazarı’nda yaklaşık her sektöre hizmet veriyoruz. Ekonomimizin en büyük şirketleri bizim müşterilerimiz, dolayısıyla onların talep ve beklentileri doğrultusunda her gün kendimizi bir adım ileriye götürüyoruz. Türkiye’de hizmet sektöründeki ‘oyun kurucu’ kimliğimizin verdiği sorumlulukla sektöre yön verecek projeler geliştirmeye devam ediyoruz. Bize göre en önemli hedef çevre ve toplumsal sağlık. Doğaya ve yaşadığımız topluma karşı sorumluluğumuzun bilincindeyiz ve “Sürdürülebilirlik” alanında hem kendi hedeflerimiz hem de müşterilerimizin hedefleri ve beklentileri doğrultusunda yatırımlar yapıyoruz ve sıfır karbon ayak izi hedefine doğru ilerliyoruz. Diğer yandan “dijital iklim değişikliklerini” çok yakından takip ediyor ve yeni şartlara uygun iş modelleri geliştiriyoruz. Enerji, teknoloji, atık yönetimi, sağlıklı beslenme şu anda odak noktalarımız.

Faaliyet alanlarınız ve verdiğiniz hizmetlerden bahsedebilir misiniz?

Sodexo olarak, toplu yemek ve cafe hizmetlerimizin yanı sıra teknik bakımdan enerji yönetimine, temizlikten bahçe bakımına kadar geniş bir yelpazedeki hizmetlerimizle dünya çapında her gün yaklaşık 100 milyon insanın yaşamına dokunuyoruz. Türkiye’de ise bu deneyimimizi ülkemizin gücüyle birleştirerek 150 binden fazla kişiye hizmet sunuyoruz. Müşterilerimizin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmak adına özellikle teknolojik yeniliklere odaklanıyoruz. Örneğin, çalışan enerji yönetimi ve akıllı başlık teknolojisi gibi çözümlerimizle enerji verimliliğini artırıyoruz. Atık yönetimi konusunda da liderliğimizi sürdürerek Waste Watch ve kompost makineleri gibi çözümlerle sürdürülebilirlik alanında sektöre yön veriyoruz. Çalışan mutluluğunu ön planda tutarak iş yaşamında 360 derece tüm ihtiyaçlara yönelik çözümler geliştiriyoruz. Müşterilerimizin çalışan memnuniyeti hedeflerini desteklemek için

sürekli olarak kendimizi geliştiriyoruz ve yenilikçi projelerle iş yaşamında daha iyi bir deneyim sunmayı hedefliyoruz.

Sizin faaliyet alanlarınız, müşterilerinizi sürdürülebilirlik ve verimlilik anlamında ne katıyor?

Sodexo olarak, sürdürülebilirlik anlamında tedarik zincirimizden verdiğimiz hizmetlere kadar önemli hedeflerimiz bulunuyor. Hem kendi hedeflerimiz hem de müşterilerimizin çevre ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda projeler geliştiriyor ve uyguluyoruz. Enerji verimliliği, atık yönetimi, sürdürülebilir tedarik ağı ve benzeri konularda sektörün öncü çözümlerini sunuyoruz. Bir tedarikçiden çok iş ortağı olarak hareket ediyoruz ve bu konudaki uzmanlığımızla müşterilerimize danışmanlık da sağlıyoruz. Sağladığımız hizmetin verimliliğini de performans kriterlerimizle yakından takip ediyor ve kendi işimizi de en verimli şekilde sürdürüyoruz. Sodexo sektörde Net Zero hedefi koyan ilk şirket oldu ve 2040 yılına kadar karbon emisyonumuzu yüzde 90 azaltma hedefindeyiz (2017 yılına kıyasla). Bu hedefe ulaşmak için hem direkt faaliyetlerimizden hem de endirekt salınım olarak tedarik zincirinden verdiğimiz hizmetlere kadar birçok alanda her 5 yıllık hedeflerle ilerliyoruz.

Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz nasıl şekilleniyor?

Sodexo olarak, öncelikle güçlü büyüme performansımıza devam edeceğimiz, büyüme hedeflerimizin yanı sıra önemli sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm hedeflerimiz bulunuyor. Farklı sektörlerle hizmet vermemiz sayesinde edindiğimiz uzmanlıkla da müşterilerimizi aynı şekilde ileri taşımayı hedefliyoruz. Gıdanın sürdürülebilirliği hem toplumumuz hem de Dünya'yı etkileyen konularda en büyük oyuncuların sorumluluğunu bilinciyle en önemli hedeflerimizden biri. Etik ve değerler konusunda da önemli hedeflerimiz doğrultusunda hem işveren hem de hizmet sağlayıcı olarak çalışıyoruz. İş ortaklarımızın da desteğiyle çevre odaklı ve bulunduğumuz topluma katkı sağlayan bir yönetim anlayışını benimsiyoruz. Bu anlayışla geçtiğimiz aylarda etik iş uygulamaları standartlarının tanımlanmasında ve geliştirilmesinde dünyada önemli bir role sahip olan Ethisphere tarafından dünyanın en etik şirketlerinden biri seçildik. 20 ülke ve 44 sektörü kapsayan araştırmada globalde 2024 yılında gıda hizmetleri sektöründe onurlandırılan tek şirket olduk. Bunun dışında iklim değişikliğinin etkilerini azaltmak ve doğal kaynakları koru-

mak amacıyla yaptığımız çalışmalarla geçtiğimiz günlerde global anlamda da yine önemli bir başarı elde ettik. Sodexo, şirketler, şehirler, eyaletler ve kamu kurumları için dünyanın çevresel açıklama sistemini yürüten ve kâr amacı gütmeyen küresel bir kuruluş olan CDP (Carbon Disclosure Project) iklim sıralamasında 21.000 şirket arasından en yüksek puan alarak 346'ncı oldu ve böylece Sodexo iklim çalışmalarıyla kendi sektöründe A puanı alan tek şirket oldu. Geleceğin yalnızca ekonomik göstergelerle değil topluma katkı anlamında da önemli hedeflerle ilerleyeceğini öngörüyoruz.

Hizmet verdiğiniz şirketlere yönelik yeni hizmetler sunmayı planlıyorsunuz? Bu planlardan bahsedebilir misiniz?

Bizim hizmetlerimizin en büyük avantajı tek kontratta onlarca hizmeti verebilmemiz. Bu hem müşterimize maliyet avantajı sağlıyor; hem de müşterimizin örneğin 10 hizmet için 30 tane teklif almasını engelleyerek süreci sadeleştirip, hızlandırıyor. Buna ek olarak; hizmet alanımızı müşteri beklentilerine göre genişletiyoruz. Birçok alanda yaygın tedarikçi ağına sahip olmamız ve farklı sektör tecrübelerimiz sayesinde hızlıca yeni hizmetleri portföyümüze dahil ediyoruz.



AHMET ZEYTİNOĞLU

“Uzaktan çalışanlara hizmet ihracatı yapacağız”

Workflex; teknoloji, dijital, danışmanlık, İK, proje yönetimi, finansal hizmetler gibi altı kategoride şirketlere yetenek ve iş ortağı tahsis etme hizmeti sunuyor. Yurtdışına açılarak İngiltere’de WorkflexUK olarak faaliyetlerine başladıklarını kaydeden Workflex Kurucu Ortağı ve CEO’su Zeynep Bilgiç; “Rotamızdaki Hollanda ve Almanya’da da uzaktan çalışan profesyonellere hizmet ihracatı yapacak, yurtdışında ‘yeni yatırımcılarla stratejik ortaklıklar kurma’ stratejisiyle ilerleyeceğiz” diyor.

Workflex; iş dünyası için kurulmuş, web tabanlı, dinamik bir yapıya sahip ve pazaryerinin çok ötesinde B2B bir dijital platform. Şirketin hikayesi ise 22 yıldır iş hayatında olan, bunun 19 yılını kurumsal yapıların içinde geçiren Zeynep Bilgiç’in insan kaynakları fonksiyonunu yönetirken bilfiil yaşadığı bir problemi dert edinip buna çözüm bulma arayışıyla başlıyor. Workflex’in kuruluş amacını, ‘esnek ve karma iş gücü modellerini Türkiye’de daha geniş alana yayarak iş dünyasındaki yetenek açığını, düzgün hizmet veren şirketlerin birbirine erişim problemini, bireylerin yaşadıkları sıkışmışlığı çözen, güvenilir bir platform oluşturmak’ olarak açıklayan Bilgiç; iş verimliliğini artırarak daha sağlıklı ve dengeli bir iş ortamı yaratmak için çalıştıklarına dikkat çekiyor.

Workflex, henüz çok genç bir şirket olmasına rağmen yurtdışına da adım attı ve İngiltere’de WorkflexUK olarak faaliyetlerine başladı. “Yurtdışına dair stratejimiz; pazar ihtiyaçlarına odaklanma, yerel uygunluğu sağlama ve stratejik ortaklıklar üzerine kurulu” diyen Zeynep Bilgiç; İngiltere’nin ardından rotada öncelikli olarak Hollanda ile Almanya’nın olduğunu kaydediyor. Workflex’in kuruluş hikayesini dinlediğimiz Zeynep Bilgiç’ten şirketin yeni dönem hedeflerini ve iş planlarını da öğrendik.

Workflex ne zaman, hangi hedeflerle kuruldu?

Dünyada birçok şirket, yetenek kıtlığı ve projelerin zamanında tamamlanamaması

“Esnek, verimli ve bağımsız çalışma koşullarının destekçisiyiz”

“Vizyonumuz, iş dünyası için can simidi olmak” Workflex; pandemi sonrası dünyada iş yaşamını yeniden şekillendirmek, esnek çalışma koşullarını yaygınlaştırmak ve profesyonellerin daha etkin, dengeli ve doyurucu bir çalışma hayatına sahip olmalarını sağlamak için kuruldu. Vizyonumuz, nefes darlığı çeken iş dünyası için bir can simidi, bir enerji ve verimlilik katalizörü olmak. Workflex’i sektör ve büyüklük ayırımı yapmaksızın, her türden şirketin ihtiyaçlarına yanıt verebilmek için tasarladık.

“Platformumuz hizmet sağlayıcılara da açık” Ekip olarak pazarın dinamiklerini ve gelen talepleri yakından takip ediyoruz. Ürün geliştirme süreçlerimizde bu talepleri dikkate almak ve ona göre hareket etmek bizim için çok önemli. Bu bakış açısı sayesinde, platformumuzu sadece bağımsız profesyonellere değil, hizmet sağlayıcılara da açtık. Yani Workflex; esnek, verimli ve bağımsız çalışma koşullarının destekçisi olarak bireylerin ve yetenek ihtiyacı olan şirketlerin yanı sıra uzman bir ekibe sahip olan hizmet sağlayıcılarının da ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlıyor.

“Danışmanlık hizmeti de veriyoruz” Teknoloji, dijital, danışmanlık, insan kaynakları, proje yönetimi ve finansal hizmetler gibi altı ana kategoride, şirketlere geçici veya proje bazlı yetenek ve iş ortağı tahsis etme hizmeti sunuyoruz. Yeni çalışma modellerine geçiş yapmak isteyen şirketlere danışmanlık hizmeti de veriyoruz. Bireysel perspektiften bakıldığında ise Workflex, freelance çalışmayı tercih eden yetenekli profesyonellere birden fazla şirketle eşzamanlı çalışma ve gelir elde etme olanağı sunarken hizmet sağlayıcılar için de yeni şirketlerle iş birliği yapma imkânı sağlıyor.

problemlerine, karma iş gücü modelini kullanarak ve serbest profesyonelleri dönemsel veya proje bazlı olarak işe alarak çözüm buldu. Biz de Türkiye’de bu modelin faydasına inanarak ve eksikliğini hissederek, en iyi bağımsız profesyonelleri ve şirketleri, büyüme isteyen şirketlerle yapay zekâ destekli bir şekilde eşleştiren Workflex platformunu hayata

geçirdik. Workflex’i, Kasım 2020’de, hayali ve hedefi büyük olan iki girişimci olarak şu anki CTO’muz ile birlikte kurduk. 2023’te ise veri analizi ve yatırımcı ilişkileri alanlarında tecrübesi ve bilgi birikimiyle kuvvetli bir ortak daha aramıza katıldı, üç ortaklı bir yapıya dönüştük. Pandeminin hızlandırıcı etkisi, Workflex’i hayata geçirmemizde oldukça önemli rol

oyladı. Şu an 20 kişilik bir ekibimiz var. Ekibimizin de büyük bir kısmı bağımsız modelde çalışan ve şirket sahibi kişilerden oluşuyor.

Nasıl bir iş ve çalışma modeliniz var?

Hizmet alan tarafta şirketler, hizmet veren tarafta profesyoneller ve hizmet sağlayıcılar var. Tüm taraflar için ilk aşamada yapılması gereken; web sitemizden platforma kaydolduktan sonra ihtiyacı ve beklentiyi sisteme anlatmak ve beklemek. Platformumuz, sisteme kaydolun ve büyüklüğünden bağımsız tüm şirketlerle hizmet vermek isteyenleri, karşılıklı ihtiyaç ve beklentilere göre değerlendirerek en uygun ve doğru eşleştirmeyi sağlıyor. Bu aşama-

“Stratejik ortaklıklar kurmayı hedefliyoruz”

“Değişen pazar ihtiyaçlarına ve dinamiklerine uygun şekilde hızlı cevap verebileceğimiz, esnek, çevik yapılar ve organizasyonlar kurarak yurtdışında ilerleme hedefimiz var. Hizmetlerimizin ve işleyişimizin her hedef ülkedeki yerel düzenlemelere ve iş kültürüne uygun olmasına odaklanıyoruz. Belirlenen pazarlarda işletmelerin ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara çözüm sunmak bizim için öncelikli. Bu yüzden pazar araştırması ve saha ziyaretlerimiz, hedef ülkelerdeki operasyonlarımızın temelini oluşturuyor. Genişleme stratejimiz, yeni yatırımcılarla stratejik ortaklıklar kurmayı da içeriyor. Bu yatırımcılar; sektör bilgileri, ağları ve finansal kaynaklarıyla hedeflerimize ulaşmamızda büyük rol oynayacak.”

da pilot çalışmalarına başladığımız yapıyı zekâ tabanlı online video mülakat aracı da devreye giriyor. Bir sonraki adımda online

kişilik envanteri ve online değerlendirme araçları da sırasıyla sürece dahil olacak. Platformu, daha da dijitalleşmiş bir ürün haline getirecek tasarım ve geliştirmelerimiz sürüyor.

Globale açılmayla ilgili planlarınız neler?

Globalleşme uzun süredir önceliklerimiz arasında yer alıyor. Bu alanda Avrupa'nın en büyük pazarı olan İngiltere'de artık WorkflexUK olarak varız. İngiltere'deki yetenek açığı oranı yüzde 80'e ulaşmış durumda ve işletmelerin yüzde 60'ı bu modelde çalışıyor. İngiltere'deki ihtiyaç özellikle teknoloji, veri, dijital, proje yönetimi, pazarlama ve finans alanlarında yoğunlaşıyor. Hollanda da benzer oranda yetenek açığına sahip ve bu tür çalışma modeline aşina olan bir pazar. Hem İngiltere'de hem de Hollanda'da, kurumların bu modelde çalışmaya alışık olmaları ve kültürlerinin buna hazır olması nedeniyle bu ülkeleri hedef olarak belirledik. Almanya'dan da önemli bir talep aldığımızı belirtmek isterim. Gelecek adımlarımızda, yeni yatırımcıların vizyonları ve katkılarıyla, bu ülkelerle birlikte farklı coğrafyalara da açılmayı hedefliyoruz. Belirlediğimiz diğer ülkelerde de İngiltere'de olduğu gibi uzaktan çalışan profesyonellere hizmet ihracatı yapmayı planlıyoruz.

Hiç yatırım aldınız mı?

Yaklaşık üç yıl gibi bir zamanda sıfırdan bir şirket kurduk ve Workflex'i belli bir ölçünlüğe öz kaynak ile getirmeyi tercih ettik. Büyümeyle birlikte şu an yatırım turundayız. Yatırımcı ilgisi yüksek. Görüşmelerimiz sürüyor. Bu turda hedeflerimiz; ekibimizi, teknolojimizi bir üst seviyeye çıkartmak ve İngiltere'den sonra belirlediğimiz diğer ülkelere de daha hızlı şekilde hizmet ihracatı yapmamıza imkân sağlamak.

ZEYNEP BİLGİÇ



Hem yerli hem global markaların **çözüm ortağı**

ABD'de profesyonel iş hayatlarına nokta koyup kendi şirketlerini kuran Bora Çelenk ve Erden Alpan'ın 2016 yılında faaliyete geçirdikleri 4A Labs Uber'den Alibaba'ya, Tüpraş'tan Oyak'a kadar yerli ve yabancı birçok şirketin çözüm ortağı. Girişimcileri de destekleyen şirket, akademisi aracılığıyla sektöre yazılımcı da yetiştiriyor.

2016 yılında Bora Çelenk ve Erden Alpan tarafından ABD/Miami'de kurulan 4A Labs, ABD'ye eğitim için giden iki arkadaşın ortaya çıkardığı bir girişim. Farklı IT şirketlerinde uzun yıllar çalışıp üst düzey yönetici pozisyonlarında görev yapan Alpan ile üniversiteden mezun olduktan sonra mezun.com'u kuran girişimci ruhlu Çelenk, kariyer hayatlarında bir kırılma anı yaşıyorlar. Alpan profesyonel hayata veda edip, kendi şirketini kurmaya karar verdiğinde, bu maceraya, daha evvel başarılı start-up tecrübesi olan Çelenk ile başlamak istiyor. 4A Labs'ın ortaya çıkışı da böyle oluyor. Kurulduktan kısa bir süre sonra 4A Labs'ın global bir IT şirketi olma yolunda ilerleme gösterdiğini belirten 4A Labs CEO'su Erden Alpan, "Teknolojiyle inovasyonu kusursuz bir şekilde birleştiren bir şirket olma hedefi ile yola çıkan 4A Labs, Miami'de kurulduktan sonra, önce Türkiye ardından Şili ve Peru ofislerini açarak hem Türkiye hem de Latin Amerika pazarına da hizmet vermeye başladı. Sonrasında Avrupa ofislerini de açarak 120 kişilik bir teknoloji ve inovasyon merkezi haline geldi" diyor.

Birçok marka ile çalışıyor

4A Labs; Uber, Uber Eats, Jump, Alibaba, AirLiquide, ALD Automotive, JOKR gibi global markaların yanında Türkiye'nin kendi sektöründe lider şirketleri; Tüpraş, Oyak, Türk Telekom, Şişecam, İş Bankası, Akbank,



ERDEN ALPAN

Aktifbank, MetLife, CarrefourSA, Penti, Vakko, Lidyana, Madame Coco, Atelier Rebul, E-Bebek, Joker, Omsan, Alarko-Carrier, Aydem, Gediz, Memorial, Samet, Fenerbahçe, Bilyoner, GönderAl, Pusula, Uzman Posta, Vimesoft, Akinon gibi firmalar ile çözüm

ortağı durumunda. Kurulduğu günden bu yana yaklaşık 350 projeyi başarıyla hayata geçirdiklerini belirten Alpan, kısa bir sürede kendi sektörünün lider firmalarından biri haline geldiklerini vurguluyor.

Büyük kurumsal firmaların dışında girişimcileri de destekleyen, onlara hem danışmanlık hizmeti veren hem de nakit akışı kolaylığı sağlayan 4A Labs; Fuudy, Mealbox, Reztoran, GastroClub, SharinGo, Arnet, Ekos, Little Lunches, Upupdate gibi birçok start-up şirketlerinin de teknoloji partneri. Bu şirketlerin bazılarının yatırım almalarında da kritik rol oynadıklarını dile getiren Alpan, "2019 da Uber'in Şili'de münhasır çözüm ortağı olmamızla beraber Latin Amerika ofislerimizi Şili ve Peru'da açıp teknoloji ve inovasyon servisi vermeye başladık. Şu anda Uber'in fintech global çözüm ortağı olma konusunda ihale sürecinde finale kalan iki firmadan biri olmayı başardık" diye ekliyor.

"2019'da akademi kurduk"

"Bir akademimiz de var. Hem yurtdışı firmaların Türk yazılımcılarına olan talebinden, hem bu piyasada oluşan açığa destek verebilmek, hem de ciddi artan maaşlar karşısında kendi bünyemizde eleman tutabilmek amacı ile 2019 yılında '4A Academy'ni kurduk. 4A Academy, üniversitelerin yazılım ya da teknoloji bölümlerinden mezun arkadaşları, yaklaşık 6 aylık eğitim sonrasında, bir projede çalışabilecek yazılımcı seviyesine getiriyor. Bugüne kadar yaklaşık 50 arkadaşı eğitmiş bir oluşum olan 4A Academy, mezun vermeye devam ediyor. Bu arkadaşların bir kısmı 4A bünyesinde çalışmakta, diğerleri ise yurt içi ve yurt dışı şirketlerde pozisyonlardalar."

Mahallenin 'Bakkal'ı ABD'de hızlı büyüyor

ABD'deki Ortadoğu, Avrupa ve Asyalıların memleketlerindeki gıdaları tedarik eden 'Bakkal' adında bir uygulama geliştiren Murat Karslıoğlu, yıllık yüzde 310'luk büyüme ile Amerikan pazarında 66 milyon dolar değere ulaştı.

ABD'deki Ortadoğu, Avrupa ve Asyalıların memleketlerinden beri gelen vazgeçemedikleri tüketim alışkanlıklarını ve bu pazarın büyüme potansiyelini fark eden bir Türk şirketi, Amerika çapında başarı hikayesi yazdı. Şirkete, çocukluklarından gelen mahalle bakkalından esinlenerek 'Bakkal' ismini veren 3 Türk ortak yıllık yüzde 310'luk büyüme ile Amerika'da dikkat çekmeye başladı. Şirket yönetimine göre, Bakkal, Amerika'da yaşayan dış ülke kökenli insanların aradığı gıda ürünlerini karşılama anlamında Amerika'daki bu konunun Amazon'u olma yolunda ilerliyor.

Uygulama üzerinden siparişleri alan şirket, depoları ve anlaşmalı marketler üzerinden istekleri temin ederek, evlere ekipleri ile bizzat dağıtımı gerçekleştiriyor. Kaliforniya merkezli operasyonun önümüzdeki kısa dönemde diğer eyaletlere de yayılması için planlama başladı.

Pazar değeri 66 milyon dolar

2023 resmi bağımsız raporlarına göre 66 milyon dolarlık pazar değerine ulaşarak, melek yatırımcılara 20 kat değer kazandıran Bakkal'ın kurucu CEO'su Murat Karslıoğlu, ABD'de teknoloji ve girişimcilik alanında daha önce 3 farklı start-up kuran bir isim.

Karslıoğlu şunları söylüyor: 'Önümüzdeki iki yılda kullanıcılarımızı 4,5 milyona çıkarma hedefimiz var. Kısa sürede de Amerika'da borsaya açılacağız. ABD'nin 2030'da gıda ithalatı yarım trilyon doları aşacak. Bu da, Bakkal'ın bu pazarda büyük bir oyuncu olma

Görüşmelere başladı

2021'de kurulan ve pandemide insanların evde sıkışmışlığını fırsata çeviren Bakkal Corporation, son 6 aydır Ankara ve İstanbul'da da temaslarına başladı. Çok sayıda da ihracatçıya sipariş veriliyor. Türkiye'den ihracatı daha arttırmak ve iş birliği tavsiyeleri almak amacı ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ticaret Bakanlığı ile görüşmeler yapmak istediklerini belirten 'Bakkal' yetkilileri yerel seçimlerden sonra ziyaretlerine başlayacaklar. Ayrıca, Türkiye'den de iş dünyasından bazı isimlerin Bakkal'a yatırım için görüşmelere başladığı belirtiyor.

potansiyelini gözler önüne seriyor. Özellikle Türkiye menşeli ürünlerle başlayan bu yolculuk, şirketin pazar payını artırarak unicorn olma yolunda attığı somut adımları temsil ediyor."

11 aşamalı program

Amerikan gıda pazarındaki tüketici tercihlerini ve taleplerini derinlemesine analiz ederek, popüler ürünleri tespit ettiklerini dile getiren Karslıoğlu, bu sürecin de 11 aşamalı bir programı içerdiğini ve ürünlerin pazarlama stratejilerinden lojistik düzenlemelerine, FDA uyumundan etiketleme ve paketleme gerekliliklerine kadar bir dizi



kritik konuyu kapsadığı söylüyor. Karslıoğlu, "Böylece, ürünlerin Amerika pazarında başarılı bir şekilde yer almasını sağlayacak temeli oluşturuyoruz. Yani her şey yasal ve profesyonel. Yatırımcılar için Bakkal, sadece ekonomik getirisi yüksek bir girişim olmanın ötesinde, aynı zamanda sosyal-kültürel bir misyon da taşıyor. Göçmen ve mülteci topluluklarına yönelik iş ve kariyer imkanları bu göçmen toplumuna katkısını gösteriyor" diye konuşuyor.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

İKTİSAT TARİHİNDE KONDRATİEFF DALGALARI

Bu ay girişimciler için iktisat tarihi içinde yer almış bir yaklaşıma ve kavram setine yer vermek istedim. Kondratieff dalgaları... Kondratieff dalgaları ve izlediği süreçler genel iktisat tarihi içinde ekonomik ve kültürel paradigmaları anlamak adına önemli bir yere sahip. Şöyle ki;

Ekonomist Nikolay Kondratieff'in "kondratieff dalgaları" olarak iktisadi literatüre kazandırdığı kavram seti, kapitalist ekonominin dönemsel olarak dalgalanmalar gösterdiğini ve her bir dalgalanmanın yaklaşık 45-55 yıl aralığında devam ettiğini ortaya koymaktadır. Dalgalanmanın ilk yarısında ekonomik büyüme gerçekleşmekte diğer yarısında ise ekonomik küçülme ve hatta krizler ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, ilki 1789 yılında başladığı ileri sürülen

kondratieff dalgaları günümüze gelene kadar beş dalga, kısacası beş egemen paradigma şeklinde meydana geldiği görülmektedir.

Kondratieff birinci dalga; 1789 ile 1848 yılları arasında oluşmuştur. Bu yıllar kapitalist sistemin Sanayi Devrimi ile olgunlaşmaya başladığı yıllardır. Sanayileşen yerleşim birimlerine doğru kırsaldan kente göçler başlamıştır ve göç edenler sanayi bölgelerinin yakınlarına yerleşmiştir. Birinci ve ikinci dalgalarda kapitalizmin yayılmasındaki en temel nedenlerden biri olarak İngiltere'nin sömürgelerinin bulunması ve sömürgeleri vasıtasıyla İngiltere'nin Dünya'ya yayılması gösterilebilir. Bu gelişmelere paralel olarak Fransız Devrimi'yle ivme kazanan ulusalcılık yaklaşımı feodal

yapıya-ki tarım toplulukları şeklinde biçimlenmiştir- sahip imparatorlukların da ulus devletlere dönüşümü gerçekleşmiştir.

İkinci dalga; kapitalist ekonomik sistemin olgunlaştığı ve dünyaya yayıldığı periyottur. İkinci dalga "serbest kapitalist sistem" olarak bilinmektedir ve sanayicilerin, sanayi işletmelerinin birleşmesiyle veya üreticinin, aracının ve satıcının iş birliğiyle denetim altına alınan dönemdir. Marx'ın Kapital'in ilk bölümlerini ikinci dalgaya denk gelen 1867 yılında yayımlanmıştır. Çalışmanın bu döneme denk gelmesi bir tesadüf değildir. Çünkü, Marx kapitalizmin kurlsız ve vahşi yapısından insanların gitgide yoksullaştığını ve yoksulların sayılarında artış olduğunu gözlemlemiştir. Bu duruma paralel olarak da toplumdaki gelir dağılımı arasında çok büyük farklar olduğunu tespit etmiştir. Ekonomik bağlamda bu dönüşümler yaşanırken aynı zamanda bilime ve insan aklına olan inancın arttığı dönem olarak da bilinmektedir.

Üçüncü dalga dönemi; kapitalizmin vahşi yönünün bertaraf edildiği sosyalist hareketlerin ön plana geçtiği dönemdir. İkinci dalgada olgunluğa ulaşan vahşi kapitalizm teknolojiye yenilikler aracılığıyla





1930'lı yıllara değin ayakta kalabilmiştir. 19. yüzyılın son çeyreğinde 1890'lara denk gelen tarihlerde kapitalizm süresini doldurmuştur. Ancak, yerine gelebilecek bir başka ekonomik paradigma olmadığından 1930'lara kadar hakimiyetini sürdürebilmiştir. Bu noktada elektrik, kimyasallar, motor üretimleri, otomobil, telefon ve radyo gibi çeşitli yeni teknolojik buluşlar ve gelişmelerde sürecin 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar taşınmasını olanaklı hale getirmiştir. Üçüncü Kondratieff dönemine denk düşen dört aşama bulunmaktadır. Bu aşamalardan ilki; "Belle Epoque" olarak bilinen kültürel iklimin meydana gelmesidir. Belle Epoque Osmanlı İmparatorluğu tarihinde yer alan Lale Devri'ne benzer bir dönemdir. İkincisi; 1914-1918 yılları arasında devam eden 1. Dünya Savaşıdır.

Üçüncüsü; 1929 büyük ekonomik buhran ve dördüncüsü ise; 20.yüzyılın ulus devletlerinin temelini oluşturacak ulusalcı akımlardır.

Dördüncü dalga; sosyal refah devleti yaklaşımının benimsendiği dönem olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda sosyal adaletsizlik, eşitsizlik ve

yoksullaşmayı arttıran nedenlerin önüne geçilmesi için atılan adımların en yoğun dönemini dördüncü dalgada yaşanmıştır. Çünkü 1929 yılında burjuva liberal kapitalist düzen tüm yapı ve kurumlarıyla çökmüştür. Böylelikle sosyalist ekonomik modelin yeni paradigması Sosyal Refah Devleti olarak adlandırılarak kapitalizmin vahşi yönlerini rafine etmiştir (Hobsbawm, 2006, s. 105). Sosyalist ekonomik modelden hareketle İngiliz iktisatçı John Maynard Keynes (2008), ilk baskısını 1936 yılında yayınladığı Genel Kuram (General Theory) adlı çalışmasında makroekonomik analizlerle yeni bir bakış açısı getirmiştir. 1930'ların sonlarından başlayarak özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gösterdiği hızlı yükselişle Keynesyen Sosyal Refah Devleti Batı'da egemen ekonomik model haline gelmiştir. Serbest piyasa ekonomisine dayalı domestik hale getirilmiş ve sosyalleştirilmiş yeni kapitalizm modeli 2. Dünya Savaşı sonlarından 1970'li yılların ortalarına değin egemen sosyo-ekonomik paradigma olarak devam etmiştir. 1970'li yıllarda Japonya, Hong Kong, Güney Kore,

Singapur ve Tayvan en avantajlı ülkeler arasında yer almıştır. Çin ise bu dönemde ekonomi-politikasını sosyalist modelden liberal modele taşıyarak karma bir yapıya dönüştürmüştür. Böylelikle Çin 1978'den sonra dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi olarak tarihsel dizgede yer almaya başlamıştır.

Konradieff beşinci dalga; 1980 yıllarından başlayarak devam eden yeni liberal piyasa kapitalizmidir. Sosyal Refah Devlet anlayışının 1960'ların sonuna dek süren yükselişine rağmen Keynesyen sosyal refah devleti paradigmasının yoğun bir biçimde yaşandığı 1950'li ve 1960'lı yıllar bazı ülkeleri tatmin ve ikna edememiştir. Bu durumu temel alan Avusturyalı iktisatçı Frederick Von Hayek "yeni serbest piyasa ekonomisi", "neo-kapitalist", "neo-klasik ekonomi" gibi isimlerle ortaya koyduğu yeni bir ekonomi ekolü geliştirmiştir. Bu ekol sosyal refah devleti düzenini reddederek yeni liberal piyasa ekonomisinin hayata geçebilmesi için serbest rekabeti ve serbest dolaşımı engelleyen mevzuat, yasa ve standartların kısacası sermaye hareketliliğine ve yatırımlarına ilişkin sınırlamaları ortadan kaldıran nitelikte olmuştur. 1980'lerde yükselişe başlayan yeni liberal piyasa ekonomisi tüketim, rekabet gibi paradigmaları hayata daha hızlı bir biçimde dahil etmiştir.

* Şimşek, H. (2013).

Paradigmalar Savaşı ve Beşinci Dalga (Sosyal Devlet'in ve Yeni Liberalizm'in Öyküsü). İstanbul: İmge Kitabevi.

**Hobsbawm, E. (2006). Geleneğin İcadı. T. Ranger (Der.). M. Murat Şahin (Çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

BAŞLANGIÇ AŞAMASINDAKİ GİRİŞİMCİLER İÇİN ALTIN KURALLAR

Girişimci adaylarının çoğunun 'analiz-paraliz' problemi yaşadığını gözlemliyorum. Bu problemi şu şekilde açıklayabilirim: Girişimcilerin henüz yolun başındayken aşırı düzeyde analiz yapıp, detaylarda boğularak bir türlü gerçek anlamda harekete geçemediklerini, adeta paraliz durumunda kaldıklarını görüyorum. Bunun sonucunda da akıldaki iş fikrinin realize edilmeden, kalem/kağıt seviyesinde terk edildiğine sıklıkla şahit oluyorum. Henüz yolun başındaki girişimciler için en öncelikli tavsiyem "100'ü nasıl 1 milyon yaparım?" sorusu yerine "0'ı nasıl 1 yaparım?" sorusuna cevap aramalarıdır. Bunu bir numaralı altın kural olarak ilan ediyorum. Yazımın devamında ise dört farklı öneriye daha yer veriyorum...

Yüksek alan hakimiyeti finansal sermayeden daha önemlidir: İngilizce'de 'domain' olarak geçen, Türkçe'ye alan çevre şeklinde çevirebileceğimiz bu kavramın başlangıç noktasındaki girişimciler için önemi hayati seviyededir. Gözlemediğim kadarıyla girişimci adaylarının büyük bir kısmı geçmişte hiçbir tecrübe edinmediği alanlarda

projeler geliştiriyor. Sıklıkla denk geldiğim iş fikirlerine örnekler vermek gerekirse; restoranlarda cep telefonu veya tablet üzerinden sipariş verme uygulamaları, alıcıyı ve satıcıyı bir araya getiren dijital pazar yerleri, paylaşımlı kullanımı kolaylaştırmaya yönelik uygulamalar (özellikle yolcu ve kargo taşımacılığı alanlarında) çoğu girişimci adayının üzerinde çalıştığı projeler arasında yer almaktadır. Fakat, bu fikirler üzerinde çalışan girişimci ekiplerin kompozisyonu incelendiğinde, ne bir kişi hizmet sektöründe tecrübe edinip bir restoranın nasıl çalıştığını incelemiştir, ne de başka bir kişi daha önceden bir dot-com (dijital girişim) şirketi kurmuş ya da dot-com şirketinde çalışmıştır. Girişimci adaylarının çoğu alan uzmanlığından yoksun olarak çalışmalarına başlamakta ve derin sularda kendi başlarına yüzmeye çalışmaktadır. Akıntıya ters kürek çektikleri her gün kendileri için zaman maliyetine sebep olmaktadır ve girişimciler seyir esnasında aldıkları hatalı aksiyonlar neticesinde ellerindeki kısıtlı sermayeyi de hızlıca tüketmektedir. Sonuç olarak iki numaralı altın kural "sadece iyi bildiğin sularda yüz"

olmalıdır.

Devletin regülasyon gücünün yüksek olduğu veya monopol bir şirketin kontrolündeki alanlarda girişim projesi geliştirmek uzun ve zorlu bir süreci beraberinde getirecektir: Girişimcilerden dinlediğim projelerden örnekler vererek bu başlığı detaylandırmam gerekirse; toplu taşıma araçlarında ödemeyi kolaylaştıran sistemler, yolculuk paylaşım uygulamaları gibi projelerin yaratacağı görünmez maliyetler çok yüksek seviyededir. Normal projelerden farklı olarak ciddi bir "lobicilik maliyeti" doğuran bu projeler çok sayıda paydaşla ortak çalışma yapmayı ve koordinasyon sağlamayı, hatta gerektiği durumlarda girişim için özel kanun çıkarılmasını bile gerektiriyor olacaktır. Özel bir teşebbüsün yaşayabileceği zorlukları Martı ve TAG uygulaması ile örneklendirmek mümkün. Devletin regülasyonuna veya beklenmedik müdahalelerine tabi olabilecek alanlarda projelere başlamış girişimcilerin çoğunda bir türlü düzgün işlemeyen bürokrasinin sebep olduğu hayal kırıklığının ve hüsranın varlığını hissediyorum. Bu nedenle, kısıtlı kaynaklarla iş yapmak durumunda olan genç



girişimcilerin devletle karşı karşıya gelmeyecekleri alanlara yatırım yapmalarını öneriyorum. Sonuç olarak üç numaralı altın kural “Gün 1’de karşında devleti bulacağın alanlardan uzak dur” olmalıdır.

Yeni kurulmuş bir girişimin kısa süre sonra büyük kurumlarla iş yapmayı hedeflemesi çok gerçekçi değildir: Henüz sınırlı sayıda küçük ölçekli firmayla iş yapan hatta henüz hiç müşterisi bulunmayan bir girişimin bir anda büyük firmalara ürün ve hizmet satar hale gelmesi teorik olarak mümkün olsa bile pratikte pek mümkün değildir. Büyük şirketlerin tedarikçilerinde aradıkları özellikleri karşılamak için çeşitli hazırlıklar ve yatırımlar yapmak gerekir. Bazı sertifikasyonlar sağlanmalı, satış sonrası hizmet kalitesine dair güvenceler sunulmalıdır. Henüz bu ön çalışmalarını yapmadan, büyük kurumların kapısını aralamaya çalışmak ve birilerinden referans istemek çok yersizdir. Türkiye’de büyük

kurumlar tarafından yönetilen girişimcilik programlarındaki örnek olayları incelediğinizde start-up’ların heyecanla bu programlara başvurduğunu fakat programı yöneten kurumla işbirliği başlatma noktasına bir türlü gelemediğini görürsünüz. Bu zorlanmanın temel nedeni belirtmiş olduğum hazırlık ve yatırımların yapılmamış olmasıdır. Dolayısıyla, hazırlıksız bir şekilde süreçler başlatıp boşa kürek çekmek yerine, büyük kurumların beklentilerini iyi analiz etmeli, öncesinde küçük müşterilerden oluşan portföyünüzü daha da genişletmeli ve doğru bir zamanda sunum toplantılarını talep etmelisiniz. Unutmamalısınız ki, ülkemizde yüzünüze kapı bir defa kapandı mı, aynı kapıyı tekrar açmak çok daha zor oluyor... Sonuç olarak dört numaralı altın kural “Henüz küçük bir balıkken, kısa sürede büyük balıklar arasında yüzmeye çalışmayın” olmalıdır.

Çok hızlı bir şekilde gelir

yaratabileceğiniz alanlara yönelmelisiniz. İngilizce ‘pre-revenue’ olarak nitelendirilen, Türkçe’ye ‘gelir öncesi’ olarak çevirebileceğimiz dönem ne kadar uzun olursa girişim henüz daha piyasaya çıkmadan özsermayeden eksilecek olan tutar da bir o kadar yüksek olacaktır. Böyle bir durumda, siz tam olarak gaza basıp gerçek anlamda iş yapmaya başlayacakken bir bakmışsınız ki, kasanız hazırlık sürecinde boşalmış, geriye iş yapmak için çok kısıtlı miktarda bir kaynak kalmış... Dolayısıyla, pazara girişi zaman alacak, çok uzun süre ön hazırlık gerektirecek fikirlere mesafeli durmalı, eğer bu koşullarda bir iş fikrinde ısrarcı iseniz de, ilk geliri yaratma noktasını olabildiğince yakınlaştırmak için yaratıcı önlemler geliştirmelisiniz. Sonuç olarak, beş numaralı altın kural “Kurulum süreci çok uzun olmayan, pazara girişi sancısız fikirlere yoğunlaşmalısınız” olmalıdır.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

15 Nisan Pazartesi

- Mart 2024 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- 16-31 Mart 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

22 Nisan Pazartesi

- Mart 2024 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Müşterek Bahislerle İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

25 Nisan Perşembe

- Mart 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Nisan 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Nisan 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Ödemesi

26 Nisan Cuma

- Mart 2024 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2024 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi (GVK 98. Mad. 3. Fık. Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Ocak-Şubat-Mart 2024 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

29 Nisan Pazartesi

- Ocak-Şubat-Mart 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

30 Nisan Salı

- Mart 2024 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2024 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Mart 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Kasım 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Mart 2024 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Elektrik Üretimi Lisans Harçları Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Ekim 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Denetim Kuruluşları Yetkilendirme Belgesi Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- 2023 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2023 Yılına Ait Kurumlar Vergisi Beyannamesi Ekinde Kurumlar Vergisi Mükellefleri Tarafından Gerçek Faydalanıcıya İlişkin Bildirim Formunun Verilmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Aralık 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Ocak-Şubat-Mart 2024 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi ve Ödemesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Aralık 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Mart 2024 Dönemine Ait 464 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Bildirimde Bulunma Zorunluluğu Getirilen Aracı
- İnternet Reklamcılığı Hizmet Sağlayıcı ve Aracıları ile Kargo ve Lojistik İşletmeleri Tarafından Bildirim Verilmesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Ocak 2024 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Mart 2024 Dönemine Ait 538 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Taşınmaz (Satış/Kiralama) ve Motorlu Taşıt (Satış) İlanlarını Platformları Üzerinden Yayımlayanlar ile Günübürlük Konut Kiralama İşini Platformları Üzerinden Sağlayanlarca Bildirim Verilmesi
- 7440 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 11. Taksit Ödemesi