KAPAK_EKO_girisim_KASIM.qxp:EKO_girisim_kapakKOBI 11/7/14 6:13 PM Page 1

KOBİ GİRİŞİM
KASIM 2014
Garanti
GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

Dijital dünyada yerinizi alın!

Dijital dünyada yer almak isteyen KOBİ'lere tüyolar...
Hangi şirketler ne çözüm sunuyor?

Türkiye'de kadın girişimci ile büyüyor

NGSTYLE yurtdışında mağazalaşacak

"İnternette en çok restoran arıyoruz"

Rusya'nın deri devi İstanbul'a geliyor

TİCARET FIRSATI: YURTDIŞINDAN 15 İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

kobi_sirketkur e-02.pdf 1 07/11/14 11:11

KOBİLERİN GARANTİSİ

YENİ BİR İŞ KURSAM

AMA NERDEN BAŞLASAM

ANONİM Mİ OLSA LİMİTED Mİ

YOK MU BİR BİLENİ

ŞİRKETKUR VAR

Garanti girişimcilere destekte hız kesmiyor. Yeni iş kurmak isteyen girişimciler Şirketkur'la, kuracakları şirketin türü, tahmini kuruluş masrafı, hukuki ve vergisel yükümlülükler hakkında ücretsiz destek alabiliyorlar.

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

/garanti

Garanti
Başka bir arzunuz?

EDITOR_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:44 PM Page 1

EDİTÖR

Burcu Tuvay
btuvay@ekonomist.com.tr

Zamanın ruhu dijitalden geçiyor

KOBİ'ler, yarattıkları ekonomik değer ve sağladıkları iş gücüyle, ekonominin itici gücü ve bir anlamda gizli kahramanları aslında. Global ekonomide daha güçlü bir Türkiye için KOBİ'lerin potansiyellerini gerçekleştirebilmelerinin dijitalleşmeden geçtiği açık.

Günümüz ekonomisi tamamen 'connected world' dediğimiz dünya ile entegre bir sistem üzerine kurulu. Bugün dijitalleşmeyi ikinci sanayi devrimine benzetebiliriz.

KOBİ'lerin değişen pazar ve rekabet ortamında ayakta kalması, lokal sınırlardan sıyrılabilmesi için iş ve üretim süreçlerini teknoloji ile desteklemeleri gerekiyor.

Kısaca bütün bu dijitalleşme dediğimiz yani bilişim altyapısının kurulması artık verimliliğin ve ayakta kalmanın temel kaldıracı.

Örneğin bulut bilişim sayesinde bugün önemli bir dönüm noktasındayız. Bulut sayesinde KOBİ'lerin ihtiyacı olan teknolojilere ulaşması zaman alan, zahmetli ve maliyetli süreçler olmaktan çıktı.

Bulut, KOBİ'lere ihtiyaç duyulan hizmetlere ve kapasiteye ulaşabildiğiniz, bakım ve güncelleme gerektirmeyen, kullandığın kadar öde mantığıyla fiyatlandırılan bir bilgi teknolojileri altyapısı sunuyor.

Böylece KOBİ'ler ideal çözümler eşliğinde maliyetlerini kontrol altında tutarken, en önemli öncelikleri olan büyümeye daha fazla odaklanacak zaman ve kaynak bulabiliyorlar.

Öte yandan sosyal medyanın kitleler ve toplum üzerinde çok güçlü bir etkisi var. Önemli olansa, bu etkiyi satış ve pazarlama açısından doğru kullanabilmek.

Zira sosyal medya potansiyel müşterilerinizle tanışmanızı, belirli bir hedef kitleyi tespit etmenizi sağlıyor.

Bu kitleyi belirleyip oluşturduktan sonra onlarla sürekli ve etkin bir şekilde iletişime geçme fırsatı sunuyor. Sonrasında, ilişki kurduğunuz bu kitleyi kampanya duyurularıyla satış kanallarınıza yönlendirebiliyor ve marka bilinirliğinizi artırabiliyorsunuz.

Kısacası bilgi teknolojileri altyapısı için gerekli olan donanımı ve yazılımı satın almak, bu altyapı için yer ayırmak, işletme ve bakım süreçlerini yönetmek çoğu KOBİ'ye külfetli görünse de dijitalleşen dünyada daha rekabetçi bir ortam yakalamak için, zamanın ruhuna ayak uydurmanız gerekiyor. Kapak haberimizde bu konuyu işledik.

Hepinize iyi bir ay geçirmeniz dileğiyle

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ
KOBİ GİRİŞİM

YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

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

EDİTÖRLER
KOBİ GİRİŞİM Burcu Tuvay
BORSA - FİNANS Talip Yılmaz
MEDYA Fatoş Bozkuş
DIŞ HABERLER Emrah Gürkan
TEKNOLOJİ Gözde Yeniova
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay, Mustafa Gündoğdu, Sibel Atik, Ayşegül Sakarya Pehlivan, Aram Ekin Duran

MARKA MÜDÜRÜ Pınar Gürus
SAYFA UYGULAMA Fatih Kubilay Tural
GRAFİK Yaman Tetik
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
ARŞİV Nihal Yörükçü

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71-207 00 95
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
GENEL YAYIN KOORDİNATÖRÜ Yeşim Denizel
İŞ GEN. VE PROJELER DİREKTÖRÜ (TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Ferit Özkaşıkçı
SATIŞ DİREKTÖRÜ Orhan Taşkın
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoğlu

REKLAM
GRUP BAŞKANI Viki Habif
GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Nil Ertan Aydemir
SATIŞ MÜDÜRÜ Filiz Kavak - Ayşin Sarıkaya
Selin Uğur - Yonca Gönen - Ebru Elçi
Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0 212 336 53 90

REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59
Faks: 0 212 336 53 92 / 93

ANKARA REKLAM BÖLGE TEMSİLCİSİ
Sezinur Balıkçıoğlu
Tel: 0 312 207 00 72 / 73
HEDEF SAYFALAR
Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91
BÖLGELER REKLAM MÜDÜRÜ
Cengiz Güneş Tel: 0212 336 53 11

YÖNETİM YERİ
Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 24
34387 Şişli İstanbul
Tel: 0 212 410 32 56
Faks: 0 212 410 32 55

BASKI
Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık AŞ
Sanayi Mahallesi 1650.Sokak No:2
Doğan Medya Tesisleri Esenyurt/İstanbul
Tel: 0 212 622 19 00
DAĞITIM
Yaysat AŞ 0 212 622 22 22
YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FIPP üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300
okurhizmetleri@doganburda.com
DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13
abone@doganburda.com
www.doganburda.com
Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

ICINDE_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 6:15 PM Page 1

İÇİNDEKİLER

TÜRKİYE İNTERNET EKONOMİSİ RAPORU'NA GÖRE, ÖZEL ŞİRKETLERİN YÜZDE 55'İNİN İNTERNET SİTESİ BULUNUYOR, ANCAK TÜRKİYE'DE DEVLETİN İNTERNETE KATILIMI, TÜKETİCİ VE İŞLETMELERDEN DAHA DÜŞÜK DURUMDA. RAPORA GÖRE İNTERNET EKONOMİSİNİN 2017 YILINA KADAR YÜZDE 19 BÜYÜME GÖSTERECEĞİ TAHMİN EDİLİYOR. GLOBAL EKONOMİDE DAHA GÜÇLÜ BİR TÜRKİYE İÇİN KOBİ'LERİN POTANSİYELLERİNİ GERÇEKLEŞTİREBİLMELERİ DİJİTALLEŞMEDEN GEÇİYOR. MİCROSOFT'TAN VODAFONE'A, GARANTİ'DEN GOOGLE'A KADAR DEV ŞİRKETLER KOBİ'LERE YÖNELİK DİJİTAL ÇÖZÜMLER SUNMAYA BAŞLADI.

Tekstil sektöründeki 20 yıllık tecrübesini girişimci ruhuyla birleştirerek 2003 yılında yarattığı NGSTYLE markasını bugün dokuz mağazalı bir zincire dönüştüren Nazlı Gürer Aldıkaçtı, yurtdışına açılmaya hazırlanıyor. Hedefte Fransa ve Katar var.

5 Rusya'nın deri devi İstanbul'a geliyor

6 KOBİ Gündemi

10 **KAPAK KONUSU**
KOBİ'ler dijitalleşiyor

16 Otelleri bulutla uçuracak

18 İnternette AVM kurdu, 12 bin dükkan açtı

20 "İnternette en çok restoran arıyoruz"

22 NGSTYLE markasıyla yurtdışında mağazalaşacak

24 Dünyanın ilk kulak temizleme köpüğünü yurtdışına açacaklar

26 Engellilere kariyer fırsatları sunuyor

28 Türkiye'de kadın girişimci ile büyüyor

30 İnovatif ürünlere odaklandı

32 **BUBA Proje Yöneticisi Erman Kaya:** Paylaşım Ekonomisi

34 **Doç. Dr. Volkan Demir:** Şahıs işletmesi adi şirket ve kollektif şirketlerin özellikleri

36 KKTC'ye turnuva dopingi

37 Vergi gündemi

38 Yurtdışı mal talepleri

40 Yurtiçi fuar takvimi

41 Yurtdışı fuar takvimi

42 **Gülay Özkan:** Dünya sorunlarının çözümü için startuplara bel bağlamak

Millenicom Türkiye'nin sunduğu Bulut Otel, otellerin ihtiyaç duyduğu otel yönetim sistemi ve telefon santrali çözümlerini bulut bilişim altyapısı ile tek platformda topluyor. Millenicom Kurumsal Satış ve Pazarlama Direktörü Altınay Gökşin, 2015 yılı sonuna kadar 200 otele bu hizmeti kullandıracaklarını söylüyor.

Engelli Mehmet Kızıltaş, 23 yıl önce yaşadığı iş arama girişiminden ilham alarak engelsizkariyer.com'u kurdu. Yaşadıklarını başka engellilerin de yaşamasını istemediği için sosyal girişimci olarak böyle bir site kurmaya karar verdiğini ifade eden Kızıltaş, "Diğer kariyer sitelerinin eksik kaldığı engelliler konusunda hem işverenler hem de engellilerin ihtiyaç ve gereksinimlerini dikkate alarak inovatif çözümler sunuyoruz" diyor.

Dünyanın en önemli erken yaş dil eğitim markası Helen Doron, üç yıldır Efinst Dil Okulları yönetiminde Türkiye'de de faaliyet yürütüyor. Üç yılda açılan 42 şubenin 30'unda kadın girişimcilerle el sıkışıldı. Helen Doron Türkiye Genel Müdürü Bora Gündüzyeli, "Kadın girişimciye daha yatkın bir iş anlayışımız var" diyor. Helen Doron, önümüzdeki beş yılda 50 yeni şube daha açacak.

DERI_1_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:41 PM Page 1

Burcu Tuvay / btuvay@ekonomist.com.tr

Rusya'nın deri devi İstanbul'a geliyor

18 Kasım'da başlayacak İstanbul Deri Fuarı'nın bu yılki konukları arasında Rusya'nın deri sektöründeki en büyük perakende zinciri Snow Queen'in sahibi Vugar Isaev de bulunuyor. Vurgar Isaev, Fuarda Luxury, Retail and Leather Worldwide başlıklı Workshop'ta birde konuşma yapacak.

Dünya deri sektörü 18-20 Kasım tarihleri arasında Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) öncülüğünde İDF 2014, 9.'uncuİstanbul Deri Fuarı'nda bir araya gelecek. TÜYAP İstanbul Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek fuarda 2015 - 2016 trendleri sergilenecek. Fuara bu yıl Rusya'nın en büyük deri perakende zinciri Snow Queen/Snezhnaya Koroleva'nın sahibi Vugar Isaev konuk olacak. Rusya'da 150'den fazla mağazası bulunan Snowqueen'in sahibi Vugar Isaev, Fuar'ın Luxury, Retail and Leather Worldwide başlıklı Workshop'unda Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton, Demsa Grup Başkan Vekili Demet Sabancı Çetindoğan ile lüks, perakende ve deri konuları hakkında konuşacak. Ayrıca TÜRDEV'in özel davetlisi olarak Louis Vuitton, Hermes gibi dünya devlerinin çatı kuruluşu Fransız Saraciye Federasyonu, 10 kişilik heyetle Türkiye'ye gelecek.

67 ülke fuarda olacak

Louis Vuitton, Hermes gibi dünya devlerinin çatı kuruluşu Fransız Saraciye Federasyonu, Türkiye'deki firmaların tabakhaneleri gezip, işbirliğine odaklanacak. 220 Fransız saraciyeciyi bünyesinde bulunduran federasyon deri üretimini yerinde görmek ve şirketlerle tanışmak için Türkiye'ye keşif turuna çıkacak. TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, Çin'den ABD'ye onlarca ülkenin deri konusundaki önemli isimlerini ağırlayacaklarını söylüyor.

2013 yılında 67 ülkeden 14 bin 489 sektör profesyonelini ağırladıklarını ifade eden TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, "Bu yılda toplam 300'ün üzerinde firma ve firma temsilciliğinin katılımıyla 67 ülkeden toplam 15 bin profesyonel ziyaretçiye ev sahipliği yapmayı hedefliyoruz" diyor. Mızraklı, satın almalarla birlikte 4.5 milyar doların üzerinde bir ihracat hacmini temsil ettiklerini belirtiyor.

Hedefte Uzakdoğu var

Çin'in satın alma gücünün artmasıyla Türkiye için son derece önemli bir hedef pazar haline geldiğini kaydeden Ruken Mızraklı, "Başta Çin ve Japonya olmak üzere Uzakdoğu'da pazar payımızı arttırmak istiyoruz. Özellikle bu pazarlarda sektörümüzün moda-marka algısının altını çizen çalışmalar yapıyoruz. Global deri sektöründe pazar payımızı arttırmak, 2023 deri ve deri mamulleri ihracat hedefimiz olan 10 milyar dolara ulaşmak için sektör olarak var gücümüzle çalışmalarımıza devam ediyoruz " diyor.

Sektörün ihracatını da değerlendiren Mızraklı, "2013 yılında İhracatımız yüzde 13.5 arttı, Bu yıl Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan kriz piyasaları etkiledi. Ancak yıl sonunda yine ihracatımızı arttırarak çıkacağımızı öngörüyoruz. Hedef ülkelerimiz olan Rusya, İtalya, Çin ve Japonya'nın yanına Amerika'yı da eklemek istiyoruz" şeklinde konuşuyor.

Ünlü isimler Workshop'ta konuşacak

İDF 2014 birbirinden ünlü isimleri de Workshoplarda bir araya getirecek. Luxury, Retail and Leather Worldwide Workshop'unun konuşmacıları arasında Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton, Demsa Grup Başkan Vekili Demet Sabancı Çetindoğan, L'Officiel Italia Editörü Gianluca Cantaro, Rusya'nın en büyük deri perakende zinciri Snowqueen'in sahibi Vugar Isaev, Vogue Uomo İtalya Editörü Alan Prada, dünyanın en büyük ve lüks deri /kürk perakende mağazası Woux'un Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Acarlıoğlu, ünlü tasarımcı Hüseyin Çağlayan'la 'VSP Chalayan' markası için üç sezonluk anlaşma yapan ve 'VSP' adlı butiğini Paris'in yükselişte olan bölgesi Marais'de açarak ses getiren Vizyon Deri'nin Kurucu Ortağı ve Kreatif Direktörü Kadri Soygül bulunuyor.

PANO_4_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:40 PM Page 1

Nafiz Karadere

Garanti çiftçi aileleri eğitiyor

Garanti Bankası, Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) ve Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) işbirliğiyle çiftçilere yönelik bir proje başlattı. 'Tarım ve Kırsal Kalkınmada Çiftçi Ailelerinin Desteklenmesi' adlı projede, çiftçilik yapan aile işletmelerine, ihtiyaç duydukları 11 konuda 3'er saatlik eğitimler verildi. Yöreye ve yetiştirilen ürüne göre farklılaşan eğitimlerle, çiftçilerin kişisel gelişim, mesleki bilgiler, tarımın finansmanı konusunda kendilerini geliştirmesi sağlandı. Valilik, Kaymakamlık, Ziraat Odaları gibi yerel kurumlarla işbirliği yapılan projenin sonunda, çiftçilere katılım ve başarı sertifikası verildi.

Proje kapsamında 13 Ekim-1 Kasım tarihleri arasında, Manisa'nın Alaşehir ilçesinde, ihracata yönelik kuru üzüm üretimi, saklanması ve paketlenmesiyle uğraşan çiftçi ailelerine eğitim verildi. Benzer eğitimlere, önümüzdeki dönemde farklı bölgelerimizde de devam edecek. Konuyla ilgili bilgi veren Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, "Çiftçilerin kişisel gelişim ve mesleki donanımına katkıda bulunmak amacıyla, FAO ve BÜYEM uzmanları proje kapsamında, 'Vizyoner Kimlik ve Girişimci Ruh', 'Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları', 'Tarladan Sofraya Gıda Yönetimi', 'Kırsalda Örgütlenme ve İnsan Kaynağının Yönetimi' gibi dersler veriyor. Biz de Garanti Bankası olarak, çiftçilerimizin, aile işletmelerine en uygun teknolojiyi öğrenmesi ve kullanması, vizyonlarını geliştirmesi adına gerekli desteği vermeye devam edeceğiz" dedi.

Türk çelik sektörüne Mısır'dan geçici vergi baskısı

Mısırlı yerli üreticilerin ithal edilen inşaat çeliğindeki artışı sebep göstererek Mısır Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na yaptığı başvuru, bakanlığın, ithal edilen inşaat çeliğine 200 günü kapsayan yüzde 7,3 oranında geçici vergi uygulamasını başlatması ve korunma önlemi soruşturması açması ile sonuçlandı. Yerli üretimin korunması amacını taşıyan kararın soruşturma süresince 200 günü aşmamak üzere uygulanacağı bilgisi alındı. 2012 yılında yine aynı gerekçe ile Mısır tarafından korunma önlemi soruşturması kapsamında yüzde 6,8 oranında geçici vergi uygulanmaya başlanmış ancak yapılan detaylı inceleme neticesinde Türk ürünlerinin yerli sanayiye zarar vermediğine hükmedilmiş, soruşturma önlemsiz olarak kapatılmıştı.

ABD'nin Türk inşaat çeliği ürünlerinin ithalatına karşı başlattığı damping ve telafi edici vergi soruşturmasının kararı 9 Eylül tarihinde açıklanmıştı. Kararda Türk ürünlerinde damping bulgusuna rastlanmadığı açıklanırken; soruşturmanın telafi edici vergi kısmına konu olan iki Türk firmasından biri için vergi oranı yüzde 0, diğeri için ise yüzde 1,25 olarak belirtilmişti. 14 Ekim'de ise ABD Uluslararası Ticaret Komisyonunun gerçekleştirdiği zarar tespiti nihai oylaması sonucunda Türkiye için 0 damping marjı ve yüzde 1,25 oranındaki telafi edici vergi oranı kesinleştirildi. Türk çelik ihracatçıları olarak belirlenen bu küçük verginin de kaldırılması yönünde çalışmalar yürütülürken; ABD'li yerli üreticilerin de karardan hoşnut olmayarak temyiz yoluna gidecekleri bilgisine ulaşıldı. Çelik İhracatçıları Birliği Başkanı Namık Ekinci konuyla ilgili yaptığı açıklamada; "Sektörümüzün son dönemlerde karşı karşıya geldiği damping ve telafi edici vergi soruşturmalarının ardı ardası kesilmiyor. Bunun son örneklerini Mısır ve ABD'de yaşıyoruz" dedi.

PANO_4_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:40 PM Page 2

Perakende işe alımda birinci oldu

Yenibiris.com eylül ayı istihdam raporunu açıkladı. Perakendecilik-toptancılık, yaz aylarının birincisi Turizm-Otelcilik sektörünü az farkla geçerek eylül ayında en fazla eleman aranan sektör oldu. Perakende firmaları, alımlarının büyük bir kısmını mağazalarında satış danışmanı pozisyonunda gerçekleştiriyor. Bu durum eylül ayında da değişmedi. Kasiyerler, sektörde en çok ihtiyaç duyulan diğer kişiler oldu. Bu sektörün hemen ardından, garson arayışı ile turizm-otelcilik sektörü geldi.

İstanbul, Yenibiris.com verilerine göre eylül ayında yine hem en çok ilan yayınlanan hem de en çok başvuru yapılan il olma özelliğini korudu. Ardından Ankara ve Antalya geldi. Bu üç ilden sonra en fazla başvuru, yurtdışındaki işlere yapıldı. Yenibiris.com Yönetim Kurulu Üyesi Kâmil Özörnek, "Eylülde dikkat çeken sektörler, eleman arayışının yazın biraz yavaşladığını gözlemlediğimiz lojistik ve bilişim oldu" dedi.

Dijital devler buluştu

1-2 Ekim tarihleri arasında İstanbul'da gerçekleşen 6. Global Webit Kongresi yaklaşık 110 ülkeden gelen ve büyük çoğunluğu üst düzey yöneticilerden oluşan katılımcı profiliyle rekor kırdı.

Kongrede katılımcıların yüzde 69'unu Avrupa, yüzde 20'sini Ortadoğu ve Afrika, yüzde 6'sını Asya, yüzde 4'ü ABD ve oluşturdu. 6. Global Webit Kongresi, Dijital Pazarlama & İnovasyon Konferansı ve Geleceğin Liderleri Teknoloji Zirvesi ve Founders Gamers olmak üzere 3 büyük etkinliğe ev sahipliği yaptı. AlJazeera, Criteo, Yandex, Amazon, Softlayer, Webtrekk, Fjord, OMD, ViVaki, Marin Software, Getty Images, Livefyre, Fiksu, Gfk, Iponweb, Infobib, Stafanini, PayPal, Seamles, Naspers, Microsoft, Twitter gibi 200'den fazla iş ortağının desteklediği kongrede iki gün boyunca 30 binin üzerinde tweet atılırken, 185 bin kişi konferans programına göz attı. Tarihi yakın zamanda açıklanacak olan Webit Kongresi 2015'de de Avrupa, Asya, Orta Doğu, Afrika ve Asya'yı birleştiren İstanbul'da gerçekleşecek.

Organik sektörü İstanbul'da toplandı

Gerçek gıda, sürdürülebilir tarım ve sağlıklı beslenmenin önde gelen isimlerinin bir araya geldiği İstanbul'da düzenlenen IFOAM 18'inci Dünya Organik Kongresi'ne, 79 ülkeden bine yakın kişinin katıldı. Kongrede çiftçilerin sadece üretken olması değil aynı zamanda girişimci ve yaratıcı olmaları için de çeşitli yöntemlerin konuşulduğunu belirten IFOAM Genel Müdürü Marcus Arbenz, üretici ve tüketici arasındaki bağın güçlendirilmesi gerektiğini vurguladı ve "Organik sadece kimyasallardan arınmış değil aynı zamanda yerel, etik, adil ve ulaşılabilir olmalı." dedi. Oturumda ana konuşmacılardan Butan Tarım ve Orman Bakanı Lyonpo Yeshey Dorji, Butan'ın küçük ve mutlu bir ülke olduğunu söyledi. Yeshey Dorji, 2020'de dünyadaki ilk ve tek yüzde 100 organik ülke olacaklarını söyledi. Butan, ülkelerinin gelişmişliğini, diğer tüm ülkelerde olduğu gibi milli gelir ya da milli hasıla endeksleriyle değil, Milli Mutluluk Endeksi'yle ölçüyor. Butan'lılara göre endeksle ölçülen mutluluk, dışsal şartlara bağlı geçici bir ruh hali değil. Gayri Safi Milli Mutluluk, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına, iyi bir yönetime, çevrenin ve kültürel değerlerin korunmasına dayandırılmış bir kavram" dedi.

PANO_4_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:40 PM Page 3

Geleceğin kadın liderleri mezun oldu

KAGİDER'in 2010 yılında Dünya Bankası tarafından fonlanan Geleceğin Kadın Liderleri projesi, 2014 yılında da 67 genç kadını iş dünyasına hazırladı. 23 Ekim'de KAGİDER'in ofisinde gerçekleştirilen törende genç kadınlar sertifikalarını teslim aldı. Sertifika alan tüm genç kadınların altı ay boyunca işe yerleşme süreçleri KAGİDER tarafından takip edilerek mentorluk almaları sağlanacak.

2014 yılı mezunları ile birlikte Geleceğin Kadın Liderleri projesi kapsamında, Türkiye genelinde başarı potansiyeli yüksek, üniversiteden yeni mezun genç kadınları iş hayatına hazırlamak amacıyla katılımcılara kişisel gelişim, sektörel bilgi, iş yaşamı dinamikleri ve kariyer planlaması konularında 2010 yılından bugüne dek 325 genç kadına eğitim verilmiş oldu. KAGİDER Başkanı Gülden Türktan şunları söyledi: "Geleceğin Kadın Liderleri projesi kapsamında, genç kadınları önce istihdama, sonra da girişimciliğe hazırlamayı, iş dünyasında onları bekleyen her durumu gerçek hayattan örnekler ve deneyim paylaşımlarının yanı sıra, temel kavram çalışmasıyla anlatmayı, öğretmeyi ve gözle görülür gelişmeler kaydetmeyi hedefledik. Sanofi şirketinin de desteğiyle bugüne kadar 325 genç kadına bu fırsatı sunmanın gururunu yaşıyoruz" dedi.

İş Girişim Sermayesi'ne uluslararası ödül

Global bağımsız araştırma ve yayın kuruluşu IAIR® GROUP tarafından 2011 yılından bu yana gerçekleştirilen, global ekonomi ve sürdürülebilirlikte mükemmellik ödülleri - IAIR Awards - sahiplerini buldu. İş Girişim Sermayesi, Aras Kargo yatırımında sağladığı katma değer ile Türkiye'ye 'Girişim Sermayesinde Mükemmellik' ödülünü getirdi.

IAIR Ödülleri'ne layık görülen projeler, Avrupa ve Asya'da büyük iş ortaklıkları olan IAIR Dergisi'nin dünya çapında 120 ülkeden ekonomi, hukuk, finans alanlarında kendini kanıtlamış gazetecilerden oluşan komitesi tarafından yapılan değerlendirme ile belirlendi.

Doğu'ya 2 milyon turist aktı

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) 'Çözüm Süreci ve Bölgesel Turizmi Raporu' son yıllarda terör olaylarının sona ermesi ve barış süreci ile Doğu ve Güneydoğu illerinde yaşanan gelişmeyi gözler önüne serdi. Son birkaç yılda bölgeye huzur ve güvenin gelmesi ile daha önce binlerle ifade edilen yerli ve yabancı turist sayısı 2012 yılında 1.5 milyona ulaştı, 2013'te ise 2 milyonu aştı. Bölgeye havayolu ile gelenlerin sayısı 12 milyona dayanırken, bölgenin turizm ve yatırım potansiyeli daha gidilecek çok yol olduğunun da bir göstergesi.TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy, bölgeye iş ve aş verecek sektörün turizm olduğunun altını çizerek, "Birkaç yıl içinde bunların sonuçlarını aldık. Turizm bu illerimizde şimdiye kadar gerçek potansiyelini ortay çıkarmış oldu. Turizm yatırımları beraberinde diğer yatırımları da çekmeye başladı" dedi.

2013'te Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerini 2 milyon kişi ziyaret etti. Ziyaretçi sayısında ilk sırada 605 bin kişiyle Şanlıurfa var. 2000 yılında bu bölgelerde en çok rağbet gören 8 ilde toplam belgeli turizm tesisi sayısı 102 iken, bu rakam 2013 yılı sonunda 188'e yükseldi, yani neredeyse 2 katına çıktı. Yatak sayısı da 11 bin 272'den yüzde 165'lik bir artışla 29 bin 935'e çıktı.

PANO_4_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:40 PM Page 4

Türkiye'den dört Endeavor Girişimcisi

Endeavor 55'inci Uluslararası Seçim Paneli 22-24 Ekim tarihinde İstanbul'da gerçekleştirildi. Ekonomik kaynakları düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarmak ve girişimcilik ekosisteminin genişlemesi için Türkiye'de 8 yıldır faaliyet gösteren Endeavor Türkiye, panelde girişimcileri, dünyanın önde gelen fikir liderleri, yatırımcılar ve Endeavor Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya getirdi.

Endeavor Uluslararası Seçim Paneli'nde girişimciler rol model potansiyelleri, iş fikirleri, sürdürülebilir ve ölçeklendirilebilir iş modelleri gibi kriterlerle değerlendiriliyor. Ortalama altı ay süren bu sürecin ardından Endeavor Girişimcisi seçilen yüksek büyüme potansiyeline sahip olan tüm girişimciler, Endeavor'ın kendilerine sunacağı hizmetler çerçevesinde bu potansiyellerine ulaşmada büyük fırsat ve kolaylıklar ediniyor.

Seçilen Endeavor Girişimcileri, Endeavor'ın Bain & Co Danışmanlık firması ile geliştirdiği metodoloji doğrultusunda hizmet alıyor. Büyüme aşamasındaki şirketler için özel olarak hazırlanan bu yol haritası ile her Endeavor Girişimci Şirketi'ne Endeavor ağından sektör uzmanlıklarına göre üçer kişilik Danışma Kurulları atanıyor. Danışma Kurulları senede en az 5 kez buluşarak bir yönetim kurulunun izlediği uygulamaları takip ediyor. Böylece girişimcilerin stratejiyi ön planda tutması ve kritik karar almaları gereken zamanlarda fikir alışverişi yapabilecekleri kişilerle bir araya gelmesi sağlanıyor. Türkiye'den Enocta, Insider, Iyzico ve Secure Drive, Endeavor Girişimcisi ünvanını alan şirketler oldu.

Boyacıların hedefi Avrupa 3'üncülüğü

Avrupa'nın 5'inci en büyük üreticisi konumunda yer alan Türk boya sektörü, dünya pazarından aldığı payı artırmak ve Avrupa 3'üncülüğüne yükselmek hedefiyle Paintistanbul Fuarı'nda bir araya geldi. Boya Sanayicileri Derneği (BOSAD) ve CNR Ekspo Fuarcılık iş birliğinde Ekonomi Bakanlığı ve KOSGEB desteğinde düzenlenen Paintistanbul Fuarı, uluslararası alıcıları ile sektör temsilcilerini aynı çatı altında buluşturdu. CNR EXPO Yeşilköy'de 23-25 Ekim tarihleri arasında açık kalan fuarda, fonksiyonel boyalar, su bazlı boyalar, inşaat boyaları, otomotiv boyaları, sanayi boyaları, matbaa mürekkepleri, yapıştırıcılar, izolasyon malzemeleri ve inovatif ürünler sergilendi.

BOSAD Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Faik Bitlis, sektörün yıllık 850 bin tonluk üretimi ve 2,2 milyar dolar iç pazar büyüklüğü olduğunu söyledi. Bitlis, sektörün Avrupa'nın en büyük 5'inci boya üreticisi olduğuna işaret ederek, "Hedefimiz Avrupa'nın en büyük 3'üncü boya üreticisi haline gelmek. Türk boya sektörünü bölgenin yatırım üssü ve cazibe merkezi haline getirmeyi istiyoruz. Paintistanbul bizim bu hedeflere ulaşmada en büyük destekçimiz olacak."

Düzeltme/ Özür

KOBİ Girişim dergisinin ekim sayısında KOBİ Gündemi sayfalarında yer alan TET Başkanı Mehmet Kavaklıoğlu'nun fotoğrafı yanlış kullanılmıştır. Düzeltir, özür dileriz.

Apple en yenilikçi şirket seçildi

Yönetim danışmanlığı firması The Boston Consulting Group (BCG) bu yıl 10'uncusu hazırlanan The Most Innovative Companies 2014 -En Yenilikçi Şirketler 2014 raporunu açıkladı. Apple, 2014 yılında da, en yenilikçi firma sıralamasında sahip olduğu lider konumunu korurken, listede geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi teknoloji ve telekomünikasyon şirketlerinin ağırlığı devam etti. Apple'ı Google, Samsung, Microsoft ve IBM'in izlerken, bu yıl ilk ellide toplam yirmi bir teknoloji ve telekomünikasyon şirketi yer aldı. Otomotiv şirketlerinin inovasyon önceliğinde düşüş gözlenirken, ilk ellide sadece dokuz otomotiv şirketi listeye girebildi.

BCG
THE BOSTON CONSULTING GROUP

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 1

Burcu Tuvay / btuvay@ekonomist.com.tr

KOBİ'ler dijitalleşiyor

TÜRKİYE İNTERNET EKONOMİSİ RAPORU'NA GÖRE, ÖZEL ŞİRKETLERİN YÜZDE 55'İNİN İNTERNET SİTESİ BULUNUYOR, ANCAK TÜRKİYE'DE DEVLETİN İNTERNETE KATILIMI, TÜKETİCİ VE İŞLETMELERDEN DAHA DÜŞÜK DURUMDA. RAPORA GÖRE İNTERNET EKONOMİSİNİN 2017 YILINA KADAR YÜZDE 19 BÜYÜME GÖSTERECEĞİ TAHMİN EDİLİYOR. GLOBAL EKONOMİDE DAHA GÜÇLÜ BİR TÜRKİYE İÇİN KOBİ'LERİN POTANSİYELLERİNİ GERÇEKLEŞTİREBİLMELERİ DİJİTALLEŞMEDEN GEÇİYOR. MİCROSOFT'TAN VODAFONE'A, GARANTİ'DEN GOOGLE'A KADAR DEV ŞİRKETLER KOBİ'LERE YÖNELİK DİJİTAL ÇÖZÜMLER SUNMAYA BAŞLADI.

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 2

Birkaç ay önce Boston Consulting Group (BCG), teknolojinin KOBİ'lere etkisini ortaya koymak üzere Microsoft için önemli bir araştırma gerçekleştirdi. 24 ülkede 4 bin KOBİ yöneticisiyle yapılan araştırma hem dünya genelinde, hem de Türkiye özelinde çok çarpıcı sonuçlar ortaya koydu. Araştırmaya göre sadece Brezilya, Çin, Almanya, Hindistan ve ABD'deki KOBİ'lerin yüzde 10'u teknolojiye daha fazla yakınlaşsa, 6 milyon yeni istihdam ve 770 milyar dolar gelir sağlayacaklar.

Aynı şekilde Türkiye'deki KOBİ'ler teknolojiyi yüzde 10 daha fazla kullansalar 15 milyar dolar ek gelir, 360 bin yeni istihdam sağlayacaklar. Sonuçlara göre geçtiğimiz 3 yılda teknolojiyi kullanan KOBİ'ler gelirlerinde yüzde 15 daha hızlı büyümeye imza attılar ve 2 kat daha fazla istihdam yarattılar.

Özellikle KOBİ'lere yönelik yazılım pazarındaki büyüme, pazardaki toplam büyüme hızının 12-13 kat üzerinde gerçekleşiyor. KOBİ'ler bilişim teknolojilerine daha fazla yatırım yaptıkları zaman bilgi merkezli üretim ve yönetime geçiyorlar. Böylece sağlanan performans ve verimlilik artışı, kârlılığı da beraberinde getiriyor.

1,6 TRİLYON DOLARLIK KÂR

Geçtiğimiz aylarda Microsoft'un desteğiyle dünyanın önde gelen araştırma kurumu IDC, son derece çarpıcı bir araştırmanın sonuçlarını yayınladı. Araştırma, dünyadaki şirketlerin veriyi daha iyi kullanarak önümüzdeki 4 yıl içinde 1,6 trilyon dolar kâr elde edebileceğini gösteriyor. Farklı veri gruplarını bir araya getiren, analitik ve öngörü yeteneklerini çalışanlarına hızlı ve zamanında ulaştıran şirketler, bu 1,6 trilyon dolarlık kârdan daha fazla pay alacak. Bunun için şirketlerin, verinin barındırılmasından analizine kadar tüm süreçlere bütünsel olarak yaklaşması gerekiyor.

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 3

GARANTİ'NİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM ELÇİLERİ

Google, Microsoft ve Turkcell'le iş ortaklığı kuran Garanti Bankası, KOBİ'lere hizmet sunan müşteri ilişkileri yöneticilerinden oluşan Dijital Dönüşüm Elçileri'nin, temel teknoloji bilgilerine sahip olmasını sağlayacak Dijital KOBİ Zirvesi'ni gerçekleştiriyor. KOBİ'lerin dijital okuryazarlığının gelişimine destek veren Garanti, Dijital Dönüşüm Elçileri ekibiyle; dijital dönüşümle KOBİ'lerin verimliliğinin artmasını, süreçlerinin kolaylaşmasını, kontrol sistemlerinin oluşturulmasını ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesini olumlu yönde etkileyecek. Dijital Dönüşüm Elçileri, KOBİ müşterilerle omuz omuza çalışan KOBİ Müşteri İlişkileri Yöneticileri'nden (MİY) ve KOBİ Müşteri Yöneticileri'nden (MY) oluşuyor. KOBİ MİY ve MY'ler, KOBİ'lerin finansal ihtiyaçlarını karşılamanın yanı sıra iş yaşamlarına ve sürdürülebilirliklerine katkı sağlayacak konularda bilgi vererek bir nevi danışman rolü üstleniyor. Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş. yetkililerinin, Dijital Dönüşüm Elçileri'ne e- ticaret konusunda eğitim vereceğini belirten Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, şunları söylüyor: "Microsoft'un 24 ülkeden 4 bin KOBİ'yi kapsayan araştırmasına göre, 'daha çok teknoloji kullanmak' KOBİ'lerin cirosunu ve istihdamını yükseltiyor. Teknolojiyi yüzde 10 daha fazla kullanan KOBİ'lerin cirosunun 15 milyar dolar, istihdamının ise 360 bin kişi artacağı öngörülüyor. Garanti Bankası olarak, dijital okuryazarlığın, iletişim ve işlem teknolojilerine hakim olmanın, günümüzde başarıya ulaşmanın temel faktörleri arasında yer aldığına inanıyoruz. Bu kapsamda, KOBİ'lerin dijitalleşme sürecini hızlandırmak ve yeni çağda hayatlarını kolaylaştırmak için Türkiye'de bir ilki gerçekleştiriyoruz. Dijital Dönüşüm Elçileri projesiyle, değişen dünya düzenine uyum sağlaması için KOBİ'lerin farkındalığını artırmayı, temel teknolojik gereksinimleriyle ilgili yönlendirmede bulunmayı amaçlıyoruz. Bunun yanında Turkcell ile yaptığımız işbirliği sonucunda KOBİ'lerimizin 'İşini Turkcelle Kur Teknoloji Paketinden' de faydalanmaları için yönlendirmede de bulunuyoruz. Bu paket ile KOBİ'ler sabit internet fiber/ADSL, Sabit Ses hattı, Akıllı Faks ve İşin Cebinde Çalsın gibi temel iletişim ve teknoloji ihtiyaçlarını karşılayabiliyor. Üstelik Garanti KOBİ müşterileri paketten ilk 3 ay ücretsiz olarak faydalanabiliyor."

Dört ana eğilim

Teknolojiyi hızla benimseyen ve kullanan bu KOBİ'lerde teknoloji işin vazgeçilmez bir parçası olarak algılanıyor ve ağırlıklı olarak da yazılım ve bulutları değerlendiriyorlar.

BCG'nin araştırması diğer bazı ilginç veriler de ortaya koyuyor. Buna göre Brezilya, Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan ekonomilerde lider KOBİ'ler teknolojiyi gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'lere oranla daha fazla sahipleniyorlar. Bulutu, interneti ve ERP çözümlerini daha çok tercih ediyorlar.

Çin'de lider KOBİ'lerde bulut ve internet kullanımı yüzde 87, Brezilya'da yüzde 80, Hindistan'da yüzde 77 seviyesinde. Gelişmiş ekonomilerden ABD'de ise bu oran yüzde 57, Almanya'da yüzde 60. Gelişmiş ülkelerde teknoloji kullanımı uzun zamandır yaygın ve oturmuş olduğundan, bu ülkelerde şu anda bulut transformasyonu yaşanıyor.

Her ölçekten kurumun rekabet için bilişimi kullanma fırsatı, bugüne kadar olmadığı ölçüde büyük. Bu fırsatlar mobilite, sosyal, bulut ve büyük veri olarak tanımlanan dört ana eğilimin yaygınlaşmasıyla doğrudan ilişkili.

Maliyetleri yüzde 80 azaltıyor

Zira artık KOBİ'lerin dijitalleşmesine yönelik pek çok ürün sunuluyor. Örneğin Microsoft, KOBİ'ler için bulut tabanlı verimlilik çözümü Office 365'ten genel bulut hizmeti Microsoft Azure'a, veri tabanı çözümü SQL Server'dan bulut tabanlı depolama çözümü StorSimple'a kadar KOBİ'lerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir dizi ürün sunuyor. Office 365, sahip olduğu verimlilik araçlarının yanı sıra e-posta, iletişim ve kurumsal sosyal ağ gibi çözümlere sahip. Böylece KOBİ'lerin ihtiyacına yönelik cihazdan ve konumdan bağımsız olarak bilgiye erişim olanağı sunan, güvenli ve kapsamlı bir verimlilik çözümü sunuyor.

BEGİM BAŞLIGİL

StorSimple, yerel ve bulut depolama sistemlerinin amaca uygun bir şekilde kesintisiz olarak bir araya gelmesini sağlayarak depolama maliyetlerini yüzde 80'e varan oranda azaltıyor. Microsoft Azure, KOBİ'lerin ihtiyacına uygun genel bulut hizmetleri sunmanın yanında özel bulutu da destekliyor. SQL Server ise veriye dayalı çevresel zekanın hakim olacağı yeni çağda tüm kurumların ve kurumlardaki tüm bireylerin veriye dayalı önsezilere hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlıyor. Ayrıca müşterilerinin verilerini birleştirerek, düzenleyerek ve analizini gerçekleştirerek aksiyonu tetikleyecek öngörüler sağlama yeteneği kazandırıyor.

Üretim ve hammadde en aktif sektörler

Microsoft Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Begim Başlıgil, yaptıkları araş-

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 4

tırmalarda, Office 365 adaptasyonunun en yüksek olduğu sektörlerin yüzde 39 ile üretim ve hammadde, yüzde 15 ile profesyonel servisler ve yüzde 10,3 ile perakende olarak sıralandığını gösterdiğini söylüyor. KOBİ'lerin işini daha ileri taşımak için kendilerine sormaları gereken dört temel sorun olduğunu ifade eden Başlıgil, şöyle devam ediyor:

"Başarı için doğru şeyi mi yapıyoruz? Yaptığımız şeyi doğru şekilde mi yapıyoruz? İyi bir ürüne veya sonuca ulaşabiliyor muyuz? Tüm bunların sonunda verimliliğimizi ölçebiliyor muyuz? Şirketler, bu soruların cevaplarını bulabilmek için yatırımlarını altyapı yerine, analitik ve inovasyon odaklı yeteneklerini artıracak çözümlere kaydırmaya başladılar. Diğer bir deyimle, sahip oldukları veriye sahip çıkmaya ve bundan bir değer üretmeye odaklandılar. Bu nedenle veriye erişimi kolaylaştıran ve her noktadan ulaşılabilir kılan, veriden anlam çıkarmaya yönelik çözümler KOBİ ölçeğindeki şirketlerin de geleceğine yön verecek. Sosyal medya bu verilerin toplandığı en geniş kaynakların başında geliyor."

Yüzde 19 büyüyecek

Google Türkiye Pazarlama Müdürü Özgür Kirazcı, Google'ın KOBİ'leri desteklemeye yönelik projeleriyle Türkiye'deki KOBİ'lerin ürün ve servislerini yerel ve küresel piyasalardaki hedef müşteri kitlelerine İnternet üzerinden tanıtabilmeleri ve interneti satış kanalı olarak kullanmalarına imkan sağlanarak rekabette güçlerinin artırılması hedeflediklerini vurguluyor. KOBİ'lere internet dünyasına nasıl var olmaları gerektiği ve başarıyı yakalamaları konusunda yol gösterici programları hayata geçirdiklerini bildiren Kirazcı, şunları söylüyor:

"KOBİ'lerin potansiyeline dikkat çekmeye yönelik Türkiye'nin birçok bölgesinde ekosistemi de içeren eğitim projelerini gerçekleştiriyoruz. Google Türkiye'nin The Boston Consulting Group'a (BCG) hazırlattığı "Türkiye İnternet Ekonomisi Raporu" (Mart 2013) kapsamında yer alan bilgiler de mevcut durum ve alınması gereken yol konusunda bazı ipuçları veriyor. On veya daha fazla çalışanı olan Türk şirketleri ile yapılan bir araştırmaya göre, şirketlerin yüzde 55'inin internet sitesi bulunuyor, ancak Türkiye'de devletin internete katılımı, tüketici ve işletmelerden daha düşük durumda. Rapora göre internet ekonomisinin 2017 yılına kadar yüzde 19 büyüme göstereceği tahmin ediliyor. Tüketim ise, 2017 yılına kadar yıllık yüzde 22 büyüme göstererek Türk internet ekonomisine 51 milyar TL katkıda bulunabilecek nitelikte."

ÖZGÜR KİRAZCI

ENGİN AKSOY

Dijitalleşme Endeksini hesaplıyor

Günlük yaşamın hızlanması ile müşterilerinin beklentileri artıyor, eskiden 3 günde geri dönüş yapmaları Vodafone İş Ortağı, KOBİ'lerin iş yapış şekillerine göre, verimliliklerini ve rekabetçi güçlerini artıracak ürünleri 3 başlıkta sunuyor: Bunlar ekip yönetim çözümleri, operasyonel yönetim çözümleri ve müşteri bağlılığı çözümleri olmak üzere ayrılıyor. Aksoy, Vodafone İş Ortağım kapsamında Türkiye'de işletmelerin kendi işletmelerinin dijital haritasını çıkarmak ve verimliliklerini arttırmak için ihtiyaçlarını belirlemek üzere Yarına Hazırım Platformu'nu geliştirdiklerini belirtiyor ve şöyle devam ediyor:

"İşletmelerin değişen iş dünyasında yarına ne kadar hazır olduklarını ve hazır olmak için neye ihtiyaç duyduklarını anlamalarını sağlıyoruz. Vodafone Türkiye, www.YarinaHazirim.com sitesindeki uygulamayı kullanarak dijitalleşme endeksini ve ihtiyaçlarını belirleyen işletmelerin verimliliklerini artıracak doğru çözümleri sunuyor. Yarına Hazırım Platformu'yla işletmeler, dijital durum ve ihtiyaç analizi yapabiliyor. Vodafone'un geliştirdiği Dijitalleşme Endeksi, işletmeyi daha yakından tanımayı amaçlayan sorularla başlıyor. İşletmenin belirlenen profiline göre verimliliğini artıracak çözümler ve karşılanmamış ihtiyaçlar tespit ediliyor. Bu aşamadaki sorulara verilen yanıtlara göre, 100 puan üzerinden işletmenin Dijitalleşme Endeksi hesaplanıyor. Dijitalleşme Endeksi'ni yükseltmek isteyen işletmelere, Vodafone tarafından bu durumun sebepleri belirlenerek, endeksi artırmak için kullanılabilecek teknoloji çözümleri ile ilgili bilgi sağlanıyor."

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 5

Müşteri takibi sağlıyor

KOBİ'ler için bulut üzerinden çözümler sunan Etiya, müşterileri, projeleri ve dokümanlarını takip edebilecekleri ofisim.com ile CRM ve iş takip uygulamasını sağlıyor. Aynı zamanda bulut üzerinden sunduğu bir şikayet yönetim uygulaması bulunuyor. KOBİ'lere müşterilerinden gelen şikayetleri takip edebilecekleri, bütün süreçleri kayıt altına alabilecekleri dolayısı ile ürün ve servisler ile ilgili müşteri memnuniyetini ölçülebilir kılacakları bir ortam sağlamış oluyor. Etiya Kurucu Ortağı Aslan Doğan, aynı zamanda KOBİ'lerin sosyal medyada algılarını takip edebilecekleri, sosyal medya takip ve yönetim uygulamamız Somemto'yu da bulut üzerinden sunduklarını ifade ediyor. Farkındalık ve güvenin dijitalleşmenin önündeki en büyük eksiklikler olduğunu kaydeden Doğan, şöyle devam ediyor:

Bulut bilişim ile birlikte IT maliyetlerinde oluşan düşüş henüz algılanabilmiş değil. Dolayısı ile maliyetler için bir farkındalık gerekiyor. Bulut bilişim ile birlikte veri güvenliği ile ilgili ciddi güven sorunları aşılabilmiş değil. Parçası olmadığınız bir bütünün içinde kendinizi var edemezsiniz. Dolayısı ile KOBİ'lerin ilk önce dijital dünyanın bir parçası olmaları, teknolojiye dayalı üretime geçmeleri gerekiyor. Kaliteden ödün vermeden maliyetleri düşürmenin tek yolu bu."

Turizm sektörünü online'a taşıdı

Servis Olarak Yazılım (SaaS) modeliyle sunulan HotelRunner platformu, tüm dünyadaki konaklama tesisleri ve seyahat acentelerini offline'dan online'a taşıyıp teknolojinin yardımıyla yenilikçi satış kanalları yaratarak bu işletmelerin uluslararası pazarda bilinirliklerini artırıyor.

HotelRunner, bulut tabanlı otel, konaklama tesisi, günlük kiralık daire ve acente satış, yönetim ve online pazarlama platformu. Aynı zamanda turizm sektörü için bir pazaryeri niteliği taşıyan HotelRunner ile turizm acenteleri, oteller ve turizm servis sağlayıcıları aynı platformda buluşabiliyor.

HotelRunner Kurucu Ortağı Ali Beklen, konaklama tesislerinin ve acentelerin kendilerine özel online içeriklerini kolayca yaratıp yönetmeleri ve küresel bilinirliklerini artırmaları için internet imkanlarından yararlandığını söylüyor. Beklen, internet bünyesinde profesyonel web sitesi, mobil web sitesi ve Facebook sayfası, yüzlerce satış kanalından online rezervasyon, ödeme kabul edebilme imkanı, oda ve müşteri yönetimi ve sosyal medya bilinirliğini artırmak için kullanılacak sosyal promosyonlar elde ettiklerini ifade ediyor.

ASLAN DOĞAN

ALI BEKLEN

Beklen, "Böylelikle, otellerin müşteri ve odalarını yönetmelerini, yüzlerce online kanaldan rezervasyon kabul edebilmelerini, acentelerin de binlerce otele ulaşabilmesini mümkün kılar. Tüm HotelRunner servisleri web'de, mobil cihazlarda ve sosyal ağlarda sorunsuz çalışır. Pratik bir kullanıma sahip olan sistem kullanım öncesi hiç bir ek harcamaya gerek duymaz. Konaklama tesisleri ve acenteler ücretsiz bir hesap açıp kendilerini tanımlayarak HotelRunner'dan anında yararlanmaya başlayabilirler" diyor.

8 milyon TL tasarruf sağlamayı hedefliyor

Metrics34 ise e-ticaret şirketlerine yönelik kapsamlı ve birbirini bütünleyen optimizasyon hizmetleri sunuyor. Bu kapsamda, e-ticaret şirketlerinin 360 derece pazarlama operasyonlarına yönelik ürün ve hizmetleri mevcut. Metrics34 Yönetim Kurulu Başkanı Levent Karaçam, "Dijital pazarlama optimizasyonu alanında Türkiye'deki en kapsamlı hizmetler bütününü sunan şirketimizi 'e-ticaretin sahne arkasındaki güç' olarak tanımlıyoruz" diyor.

Karaçam, site trafiğini tüm dijital pazarlama kanallarında eş zamanlı olarak ziyaretçi bazında takip edip, pazarlama bütçesinin en verimli şekilde kullanımına olanak veren gelişmiş sistemle, e-ticaret şirketlerinin pazarlama harcamalarını kontrol altına alıp, satış ve kârlılık oranlarını artırmayı amaçladıklarını ifade ediyor ve şöyle devam ediyor:

"Gerçekleştirdiğimiz optimizasyon ile e-ticaret şirketleri ya aynı pazarlama bütçesi daha fazla satış yapabiliyor ya da sundukları içeriklere mütenasip bütçeleri harcıyorlar. Hizmetlerimiz, Search Engine Marketing (SEM), gerçek zamanlı Display

KAPAK_KONUSU_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:38 PM Page 6

LEVENT KARAÇAM

Media Marketing (RTB), Retargeting, Search Engine Optimization (SEO), sosyal medya reklamları, E-mail marketing otomasyonu ve affiliate marketing yönetimi gibi başlıklarda toplanıyor. Hedefimiz, kısa vadede yıllık 20 milyon TL'lik dijital pazarlama bütçesinin optimizasyonunu yaparak, e-ticaret ekonomimize yıllık 6-8 milyon TL'lik bir tasarruf sağlamak."

Kurumsal TV sistemi sunuyor

Sistem Dokuz Medya, KOBİ'lerin iç iletişimlerini, müşteri ile ilişkilerini daha verimli hale getirebilecek 'Kurumsal TV Sistemleri' ile tüm doküman, poster ve tek merkezden yönetebilecek dijital ekran ve dokunmatik ekran hizmetleri sunuyor. Sistem Dokuz Medya, Kurumsal Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Suzi Baharti, "Türkiye'de dijital iletişim pazarına 2006 yılında soktuğumuz ürünlerimiz ilk dönemler de lüks bir yatırım olarak gözükse de, geliştirdiğimiz kiralama modeli ile artık KOBİ'ler çok rahat sistem sahibi olabiliyor. Bu şekilde KOBİ'ler kendileri için sabit olan aylık giderlerini ortadan kaldırıyor ve büyümelerine katkı sağlıyor" diyor. Hedef kitleye göre kullanılan sosyal medya mecralarında satış ciddi anlamda etkili olacağını kaydeden Baharti, sözlerine şöyle devam ediyor:

"Akıllı telefonların kullanımlarının artmaya başladığı şu dönemlerde, herkesin kendine uygun sosyal medyaları kullanması da kaçınılmaz. Günümüzde yaygınlaşan sosyal medya ile dijital ekranlar arasındaki entegrasyonlarımızı iki yıl önce yapmaya başladık. Dijital ekranlarda, Twitter, Instagram, Facebook ve Foursquaere gibi aktif kullanılan sosyal medya alanlarının gösterilmesi ekranlara olan ilgiyi de artırıyor. Bu şekilde tüketici ve KOBİ'ler arasında da gerek sosyal bağ, gerek ise iletişim en üst düzeyde kalıyor. Sosyal medya genel olarak kullanıcı tarafında algının yüksek olduğu boş zamanında kullanıldığı için bu sırada verilen mesaj ve ürün tanıtımı hedef kitle tarafında daha etkili olacak."

TANITIM FAALİYETİNE İHTİYAÇ VAR

Türkiye genelinde Yarına Hazırım Platformu'na katılan şirketlerden ilginç verilere ulaşıldı. Buna göre;

- Türkiye'deki işletmeler var olan çözümleri kullanmıyor.
- Her 10 işletmeden 6'sı sahada araç kullanıyor. Ancak yüzde 76'sı araçlarını takip etmiyor.
- Her 10 işletmeden 6'sı sahada ekibi ile iletişim kurmaya ihtiyaç duyuyor. Ancak yüzde 96'sı ekipleri arasında anlık iletişim sağlayacak teknolojileri kullanmıyor.
- Her 10 işletmeden 7'si, müşterilerine tanıtım faaliyetlerine ihtiyaç duyuyor. Ancak işletmelerin yüzde 55'i bu ihtiyacına yardımcı olacak teknolojileri kullanmıyor.
- Her 10 işletmeden 6'sının işyeri dışında tahsilat yapmaya ihtiyacı var. Ancak yüzde 43'ü müşterilerine kolay ödeme imkanı sunan mobil POS teknolojisini kullanmıyor.
- Aynı şekilde her 10 işletmeden 4'ünün işini internet ortamına taşıyarak satış yapmaya ihtiyacı var. Ancak yüzde 63'ü bu ihtiyacına yönelik teknolojik çözümü kullanmıyor.

SUZİ BAHARTİ

DAHA GENİŞ PAZARLARA AÇILMAK İÇİN

Birkaç ay önce Boston Consulting Group (BCG), teknolojinin KOBİ'lere etkisini ortaya koymak üzere önemli bir araştırma gerçekleştirdi. Araştırmada KOBİ'ler, teknolojiden en çok hangi yönüyle faydalandıklarına dair kendilerine yöneltilen sorulara şöyle cevaplar verdi:

- Yeni iş modellerinin kapılarını açıyor. Değişimi ve uyumu hızlandırıyor.
- Müşteriye olan erişimi ve etkileşimi güçlendiriyor.
- Ölçeklenebilirliği ve esnekliği artırıyor. Yeni kurulan şirketlerin bile çok yüksek kapasitelerde hizmet vermesini sağlıyor.
- Otomasyon sayesinde işletmelerin etkinliğini ve verimliliğini artırıyor.
- Çalışanların etkileşimine ve verimine katkıda bulunuyor.
- Daha geniş pazarlara açılmayı ve rekabeti kolaylaştırıyor.

MiLLENiCOM_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:45 PM Page 1

Burcu Tuvay / btuvay@ekonomist.com.tr

Otellerin giderlerini 'bulut'la düşürecek

Millenicom Türkiye'nin sunduğu Bulut Otel, otellerin ihtiyaç duyduğu otel yönetim sistemi ve telefon santrali çözümlerini bulut bilişim altyapısı ile tek platformda topluyor. Millenicom Kurumsal Satış ve Pazarlama Direktörü Altınay Gökşin, 2015 yılı sonuna kadar 200 otele bu hizmeti kullandıracaklarını söylüyor.

Millenicom Türkiye, 2004 yılından bu yana kurumlara, sabit telefon ve genişbant internet hizmetlerinin yanında, 'Bulut Santral' ve 'Bulut Sekreter' gibi ilk yatırım maliyeti olmaksızın, kolayca erişip kullanabilecekleri teknoloji çözümler sunuyor. Faaliyet alanını geliştirerek Doping İnternet markası ile bireysel kullanıcılar için sabit hat ve internet hizmeti sunan Millenicom Türkiye, bu yıl ise Türkiye'nin ilk OTT (Over-The-Top TV - video içeriklerin, internet üzerinden son kullanıcıların çevrimiçi cihazlarına taşınması) hizmeti olan DopingBox'ı tüketicilerle buluşturdu.

Şirket, otelcilik sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için Protel işbirliği ile Türkiye'de ilk defa Bulut Otel çözümünü hayata geçirdi. Otel yönetim sistemi, santral, telefon ve internet bağlantısı ihtiyaçlarını tek elden ve bulut teknolojisiyle sunan bu hizmetin pek çok avantajı var. Bulut Otel ile oteller, başta ilk yatırım maliyetleri olmak üzere, orta ve uzun vadede maliyet avantajı sağlarken, büyüme planlarında yer alan gider kalemlerinin de önemli bir bölümünü azaltmış oluyor. Bulut Otel, aynı zamanda operasyonel anlamda da esneklik sağlıyor.

Uyandırma servisi hizmeti

Millenicom Kurumsal Satış ve Pazarlama Direktörü Altınay Gökşin, Bulut Otel çözümü ile otelcilik sektörünün iş yapış biçimini değiştirmeyi hedeflediklerini söylüyor. Bulut Otel, otellerin ihtiyaç duyduğu otel yönetim sistemi ve telefon santrali çözümlerini bulut bilişim altyapısı ile tek platformda topluyor. Gökşin, bu sistemi, yüksek yatırım maliyetleri gerektiren ve fiziksel yer teşkil eden telefon santrali ve sunucu ihtiyaçlarına kurulum ve bakım maliyetlerine gerek kalmadan aylık sabit ödemelerle sunduklarını ifade ediyor. Altınay Gökşin, "Bulut Otel'i geliştirirken genel iletişim hizmetinin bir adım ötesine geçmek istedik ve dünya çapında otel yönetim sistemleri alanında lider konumda bulunan MICROS'un geliştirdiği Fidelio Web Suite ile entegre çalışacak bir altyapı oluşturduk. Bu sayede oteller operasyonlarını detaylı şekilde yönetebiliyorlar" diyor.

Fidelio Web Suite ile entegre şekilde çalışan Bulut Otel'de oda görüşmelerinin Fidelio Web Suite'de ücretlendirilmesi, uyandırma servisinin sunulması, oda durum bilgisinin aktarılması gibi birçok fonksiyon da otel yönetimince takip edilebiliyor. Ayrıca santral arayüzü sayesinde işletme yetkilileri, arama kayıtlarını raporlayabiliyor, istenilen tarih aralığı üzerinden kayıtları analiz edilebiliyor.

Bulut bilinirliği artıyor

Bulut bilişim hizmetlerinin dünyada olduğu gibi Türkiye'de de giderek daha çok sayıda özel ve kamu kurumu tarafından kullanıldığını ifade eden Millenicom Kurumsal Satış ve Pazarlama Direktörü Altınay Gökşin, bulut bilişime geçişin arttırılmış güvenlik, esneklik, maliyet tasarrufu, performans artışı ve kaynakların verimli kullanılması gibi çok önemli kazanımlar sunduğunu söylüyor. Bulut bilişimin Türkiye'de aylık yaklaşık 105 milyon dolarlık pazara sahip olduğunu ve Google tarafından yapılan araştırmalara bakıldığında 2008 yılından itibaren bulut bilişim bilinirliğinin arttığını belirten Gökşin, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Bu gelişim bireysel tüketiciler için sunulan teknolojik altyapı ve ürünlerin artması ile daha da hızlı olacak. Özellikle start up şirketler ve KOBİ'ler bu konuda daha istekliler. Çünkü yatırımcılar en başında yola çıkarken maliyetleri minimumda tutan ve uzun vadeli büyüme planına uyum sağlayan çözümleri tercih ediyorlar. Bu nedenle bulut çözümlerinde gözlemlenen artışın önümüzdeki yıllarda daha çok kendini göstermesini bekliyoruz."

MiLLENiCOM_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:45 PM Page 2

ALTINAY GÖKŞİN

Sabit ödeme planı

Altınay Gökşin, sistem ile elde edilen diğer bir faydanın ise artık eskisi kadar yoğun olmayan oda telefonlarının kullanımını arttırmak olduğunu vurguluyor. Zira işletmeler kullanım sıklığına göre konuşma dakikaları satın alabiliyorlar. Bu sayede mevcut görüşme ihtiyaçlarını daha ekonomik şekilde karşılarken, misafirlerine sunabilecekleri uygun görüşme tarifeleriyle oda telefonlarının kullanımını arttırarak otellerinin kazançlarına katkı da sağlamış oluyorlar.

Gökşin, "Bu sistemde otellere oda başına belirlenen sabit ödeme planları sunuyoruz. Her pakette sunduğumuz bulut hizmetinin yanında internet, konuşma dakikaları ve Fidelio uygulaması yer alıyor. Hizmet kapsamına ve tesis büyüklüğüne göre farklılık gösteren Bulut Otel'i 350 TL'den başlayan fiyatlarla sunacağız" diyor.

Gider kalemini azaltıyor

Türkiye'de yaklaşık 12 bin otel bulunduğunu, gösterilen ilgiye ve sektörün kapasitesine bakıldığında 2015 yılı sonuna kadar 200 otelde hizmeti kullanılabilir kılmayı hedeflediklerini kaydeden Gökşin, sözlerine şöyle devam ediyor:

"KOBİ'leri analiz ettiğimizde ilk yatırım maliyetlerini azaltan, kurulması ve kullanımı basit, sürekli bakım gerektirmeyen ve aynı zamanda yüksek güvenlikli çözümlere ihtiyaç duyduklarını fark ettik. Bulut bilişim, sabit ve değişken giderlerin azalması, zaman ve insan gücünün daha verimli kullanılması açısından önemli faydalar sağlıyor. Bununla beraber firmaların iş yapış şekillerini değiştirmelerine imkan sağlıyor. Veriye uzaktan erişebilen herkes mobil olarak çalışabiliyor, insan kaynağını doğru yönetebiliyor, azalan gider kalemleri yerine daha çok değer katacak yenilikler ekleyebiliyor. Bunlar KOBİ'lerimizin uzun vadeli planlarına destek olacak kritik sonuçların sadece bir kısmı."

Perakendeye odaklandı

Şirketlerin düşük bütçelerle bütün IT ihtiyaçlarını tek bir kaynaktan çözmesini sağlayacak çözümler üzerinde çalıştıklarını belirten Gökşin, firmaların hem ekonomik hem de güvenilir şekilde çağrılarını yanıtlamalarına, yönlendirmelerine, kaydetmelerine ve raporlamalarına yardımcı olan, şubelerarası ücretsiz konuşma imkanı sunan ve esnek yapısı ile kolay büyütülebilen 'bulut santral' hizmetini sunacaklarını bildiriyor. Bunu yaparken sektörlerin kendine ait dinamiklerini ön planda tuttuklarını bildiren Gökşin, "Mesela perakende sektöründe özellikle telefonla sipariş alan firmalar için geliştirdiğimiz Bulut Perakende çözümümüz bunun bir örneği. 2014 yılında turizm ve perakende üzerine yöneldik. 2015 yılında odağımızı sağlık ve hizmet sektörlerine yöneltmeyi hedefliyoruz. Millenicom olarak başta KOBİ'ler olmak üzere bütün ölçekteki şirketlerin tüm iletişim ihtiyaçlarını ekonomik ve güvenilir bir şekilde ve kaliteden ödün vermeden sağlamak hedefiyle hareket ediyoruz" diyor.

SANAL_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:46 PM Page 1

Aram Ekin Duran / eduran@ekonomist.com.tr

İnternette AVM kurdu, 12 bin dükkan açtı

İnternette "tüketiciden tüketiciye alış ve satış" modelinin Türkiye'deki ilk uygulayıcılarından olan sanalpazar.com, altı yılda 12 bin dükkanın faaliyet gösterdiği ve 1,5 milyon üyeye sahip devasa bir AVM haline geldi. Şirket, 2012'de 125 milyon TL olan işlem hacmini 2013'te 200 milyon TL'ye çıkarmıştı. İç talepteki duraklamaya rağmen bu yılda 2013'teki rakamı yakalamayı hedefliyor.

Türkiye'de bir e-ticaret iş modeli olan C2C yani "tüketiciden tüketiciye alış ve satış" konusunda hizmet veren Sanalpazar.com, kurulduğu gündem bugüne kadar geçen altı yılda bünyesinde 12 bin dükkan ve 1,5 milyon üyesiyle dev bir AVM halini aldı. Sanalpazar.com Genel Müdürü Cem Kesici, günlük ziyaretçi sayılarının 200 bin kişi olduğunu vurgulayarak, "İş modelimizin satıcılarımıza, alıcılarımıza sağladığı katma değer, işlem hacmimizdeki büyümeden de görülebiliyor. 2012 yılında 125 milyon TL'lik bir işlem hacmine ulaşmıştık. 2013 yılını 200 milyon TL ile kapattık. 2014 için beklentim 2013'ü yakalamak" diye konuşuyor.

E-ticaret alanında son yıllarda yaşanan hızlı gelişim, Türkiye'deki geleneksel ticaret biçimlerini de derinden etkiliyor. Artık binlerce tedarikçi ve satıcı internet üzerinden buluşuyor. Müşteriler, en uygun fiyatı bulmak için e-ticaret sitelerindeki onlarca şirket arasında tercih yapabiliyor. Gold Grup'a bağlı Gold İnternet Teknolojileri ve IMC Bilişim Teknolojileri şirketlerinin ortaklığı ile altı yıl önce hayata geçirilen sanalpazar.com'un da Türk insanın geleneksel ticarete yatkınlığının ve C2C modeline ilgi gösterebileceğinden hareketle faaliyete geçtiğini anlatan Kesici, "Bizim kültürümüzde muhabbetsiz alışveriş olmaz. Bu nedenle alıcı ile satıcının özgürce iletişim kurabilmesi için isim, adres, telefon, e-mail, web adresi yayınlamalarını sitemizde serbest bıraktık. Buradan bir adım daha ileri giderek muhabbetle alışverişe olanak sağlayan chat servisini de devreye soktuk" diyor.

"Gidecek çok yolumuz var"

Cem Kesici, satıcılar açısından bir internet sitesine sahip olmanın "ıssız bir çölde dükkan açmak" gibi olduğunu ifade ediyor. Bu yüzden ciddi yatırım bütçeleri olmayan ama e-ticaret yapmak isteyen girişimcilerin halihazırda ziyaretçisi olan ve benzer birçok işletmenin bir arada bulunduğu C2C sitelerinde var olmasının sayısız avantajları olduğunu kaydediyor. Bu avantajların başında çeşitli ödeme araçlarını kullanabilmelerinin ve indirimli kargo fiyatlarından yararlanabilmelerinin geldiğini vurgulayan Kesici, "Yani bir C2C sitesinde satıcı olarak bir dükkan sahibi olmak, bir pazar yerinde tezgah açmak, bir tarihi çarşıda dükkan sahibi olmak veya bir AVM'de dükkan sahibi olmakla benzeşiyor" diyor. Alıcılar açısından da durumun benzer olduğunun altını çizen Kesici, "Satın almak istediğiniz ürünün tüm çeşitlerini, değişik satıcılarda, değişik satış kampanyalarıyla bir arada bulabildiğiniz sanal veya gerçek her mekan, alıcı için en uygun ortamdır" değerlendirmesinde bulunuyor.

İnternete erişim, sosyal medya sitelerindeki üye sayıları gibi internetin genel kullanım değerlerine bakıldığında, Türkiye'nin dünyada ilk 20 ülke arasında bulunduğuna işaret eden Cem Kesici, internette üretilen katma değer veya internet aracılığı ile üretilen katma değer açısından bakıldığında Türkiye'nin 10'da biri nüfusa sahip ülkelerle aynı seviyede olduğuna dikkat çekiyor. Türkiye'nin kendine özgü ekonomik koşullarının zaman zaman e-ticaretin önünü tıkar hale geldiğini öne süren Kesici, "2014 itibariyle sektör genelinde yüzde 50 civarında büyüme bekler haldeydik. Ancak Aralık 2013'ten beri olan gelişmeler, kredi kartı kullanım ve taksit sayılarındaki düzenlemeler bu büyüme beklentimizi de tartışılır hale getirdi. 2014 yılında 2013 rakamlarını korumak ve herhangi bir oranda bunların üzerine çıkmak sektör için başarı olacak" değerlendirmesinde bulunuyor.

İşlem hacmi 5 milyar TL

"Türkiye internet dünyasında kendi markalarını yaratmaya başlamış bir ülke, fakat hala yolun başındayız" diyen Kesici, şunları söylüyor: "Bazı girişimlerin büyüyerek yollarına devam ettiklerini, büyük özgüvenle başlanan bazı girişimlerin ise büyük hayal kırıklıkları ile sona erdiğini görüyoruz. Özellikle 2013 senesinde internetin ne kadar zor bir iş olduğunu an-

SANAL_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:46 PM Page 2

CEM KESİCİ

Sanalpazar.com'da sistem nasıl işliyor?

Sanalpazar.com, alıcı ve satıcının buluştuğu güvenli bir alışveriş platformu sunmak amacıyla 'C2C' yani 'tüketiciden tüketiciye' olarak adlandırılan modeli baz alınarak yaratıldı. Alıcılarla buluşmak isteyenler öncelikle sanalpazar.com'a ücretsiz olarak kayıt oluyor, ücretsiz dükkan açarak ücretsiz ürün listeleme yapabiliyor. Ürüne ilgi duyan alıcılar da Sanalpazar'ın 'Cep Bekçisi' sistemini kullanarak ürünü satın alıyor. Ürünün bedeli sanalpazar.com'un emanetine alınıyor. Satıcı ürünü kargoluyor. Ürünle ilgili bir sıkıntı yoksa alıcı satışa onay veriyor. Bundan sonra ürün bedeli satıcının hesabına peşin olarak aktarılıyor. Sanalpazar.com ise satış olduğunda tutar üzerinden yüzde 5 hizmet bedeli alıyor.

lamaya başladık. Türkiye'de de girişimciler birçok yeteneğin bir araya gelmesi gerektiğini fark etti ve teknolojik altyapıdan maliyet analizlerine kadar artık daha sağlam adımlarla hareket etmeye başladı."

Türkiye'de e-ticaretin toplam işlem hacminin iyimser bir tahminle 5 milyar TL olduğu varsayılırsa, e-ticaretin toplam perakende içinde yüzde 1,5'lik bir yer kapladığını dile getiren Cem Kesici, "ABD ve AB'deki yüzde 10 oranını baz alırsak potansiyelin mevcudun en az 5 katı olduğunu söyleyebiliriz. E-ticaret sektöründe şu anda var olan iş modellerinin, baskın oyuncuları veya pazar payları değişerek ama gelişerek devam edeceğini düşünüyoruz. İnternet doğası gereği mucizevi fikirlere açık bir alandır. Her an, hiç beklemediğimiz bir yerden yeni bir fikir yükselebilir" diyor. E-ticaret sisteminin geliştirilebilmesi için bazı düzenlemelere de ihtiyaç olduğunu vurgulayan Kesici, "Global çözümler ve çift taraflı güvenceler sunan ödeme araçlarının oluşturulması gerekiyor. Sınırlar ötesi e-ticaret talebinin karşılanabilmesi için bazı gümrük düzenlemelerine ihtiyacımız var. Çevre ülkeler ve AB ile yapılabilecek anlaşmalar ile belli bir değerin altındaki, örneğin 100 Euro, gönderiler için gümrük muafiyeti ve kolaylıklar sağlanabilir. Bu hem sektörü geliştirir, hem de e-ticaretin önemli bir ihracat kanalı haline gelmesini sağlar" diye konuşuyor.

KDV indirimi 10 kat büyütür

İnternetin doğası gereği tamamen global ölçekli bir iş olduğunu belirten Sanalpazar.com Genel Müdürü Cem Kesici, tüketici açısından Amerika'daki bir sitenin Türkiye'deki bir site kadar erişilebilir olduğunu işaret ediyor. Amerika'nın en büyük iki e-ticaret sitesinin Türkiye'de de ilk 15 içinde olduğunu dikkat çeken Kesici, "Üstelik bu noktada olabilmek için Türkiye'ye yönelik hiçbir özel çabaları yok. Örneğin Türkçe versiyonları yok, Türkçe içerikleri yok. Yerel yatırımların binlercesi bu sitelerin gerisinde ziyaret alıyor ve onların Türkiye cirolarına ulaşamıyor" diyor.

Bu noktada sektörün yerli oyuncularına verilecek teşviklerin öneminin altını çizen Kesici, "e-ticarette sağlanacak KDV indirimi gibi uygulamaların da toplam iş hacmini önemli oranda artıracağını düşünüyorum. Yüzde 5 oranında bir KDV indirimi, toplam iş hacminde 10 kat büyüme gibi ciddi artışlar sağlayabilir" diyor.

YELLOW_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:47 PM Page 1

Aram Ekin Duran / eduran@ekonomist.com.tr

"İnternet sitesi yetmez **online rehber şart**"

Yellow Medya, Türkiye'deki KOBİ'lere data hizmeti veriyor. Şirketin veri tabanında 670 farklı kategoride 854 binden fazla firma bulunuyor. Yellow Medya Genel Müdürü Semin Özmoralı, "KOBİ'lerin artık sadece web siteleri ile varlıklarını devam ettirmeleri yeterli değil. Mutlaka her aranıldığında rahatça ve sıklıkla bulunabilmeleri için online rehberlerde yer almaları gerekiyor" diyor.

Pek çok gelişmiş ülkede olduğu gibi Türkiye'de de farklı alanlara hitap eden telefon rehberlerinin yerini internet aldı. Özellikle ticaret dünyasında yüzlerce sektörde faaliyet gösteren 10 binlerce KOBİ'ye, ihtiyaç duyulan alanda ulaşmak artık bir tık uzakta. KOBİ'lere hizmet veren Türkiye'nin en kapsamlı dijital firma rehberi Yellow Medya'nın sahibi olduğu Yellow Pages, 2007 yılından beri ülke çapındaki işyerleri için Türkiye'nin en geniş kapsamlı veri tabanını derliyor.

Kanada ve BAE ortaklığında kurulmuş yüzde 100 yabancı sermayeli bir şirket olan Yellow Medya'nın veri tabanında, 670 farklı kategori altında sınıflandırılmış 854 binden fazla firma bulunuyor. Sitenin aylık ortalama ziyaretçi sayısı ise 4 milyonun üzerinde. Biz de Türkiye'de işyeri datalarının nasıl toplandığını ve KOBİ'lerin bu alandaki eğilimlerini Yellow Medya Genel Müdürü Semin Özmoralı ile konuştuk.

Türkiye'de işyeri datası nasıl toplanıyor ve nasıl güncelleniyor?

Yellow Medya'nın sahip olduğu Türkiye Yellow Pages, 854 binden fazla firma datası ile ülkenin en kapsamlı firma rehberidir. Doğal olarak bu hacimde bir işyeri datasını toplamak ve güncellemek için pek çok farklı yöntem uyguluyoruz. Bunlar arasında sayabileceğimiz en temel yöntemler, bölgelere göre veya sektörlere göre çalışmak. Örneğin bölgelerde bulunan temsilcilerimizin işyeri işyeri gezerek topladığı kartvizit ve broşürler, merkezimizde 'Yerel Arama Ekibi' adını verdiğimiz departmanda bir

araya geliyor. Burada firma bilgileri tek tek sisteme işleniyor, olmayan bilgiler aranarak tamamlanıyor. Veri tabanımızda bulunan datalar, belli aralıklarla telefonla tek tek aranarak, bilgileri teyit edilerek güncelleniyor. Böyle titiz ve emek-yoğun bir iş için belli önceliklendirmeler yapılması şarttır. Örneğin, öncelikli olarak en çok ihtiyaç duyulan hastane, restoran vb. sektörleri güncelliyoruz. Online rehberimizde yayınlanan firmaların bulunma performanslarını maksimize etmek amacıyla arama motorları, sosyal medya platformları ve dijital haritaların kriterlerine göre de güncelleme yapılıyor.

Bu datalar en çok hangi amaçla kullanılıyor?

Türkiye Yellow Pages'ın üzerinde yer alan işyeri veri tabanında, 670 farklı kategori altında sınıflandırılmış 854 binden fazla firma datası bulunmaktadır. Bu datalar çeşitli amaçlarla kullanılıyor. Öncelikle online rehber Yellow Pages'da yayınlanıyor. Bu rehber özellikle son kullanıcının işini kolaylaştırıyor; ulaşmak istediği işyerinin açık adres, adres tarifi, telefon numarası, haritası gibi bilgilere hızla ve doğru olarak ulaşıyor. Bunun dışında Türkiye'nin datasını kullanarak yine Türk kullanıcılara harita hizmetleri sunan Bing, Yelp, Google, Yandex gibi yabancı firmalara data lisanslaması yapıyoruz. Firma datalarını bu platformların dijital haritalarına yerleştiriyoruz. Dünyadaki büyük data firmalarına data temin ediyoruz. Böylece yurtdışındaki kişiler ve firmalar da Türkiye'deki firmalara kolayca ulaşabiliyor. Ayrıca günümüzde çok popüler olan, hepimizin sık kullandığı çeşitli navigasyon uygulamalarında da bu datalar kullanılıyor.

Dönemsel olarak Türkiye'de en çok aranan datalar neler?

Yellow Pages 2014 verilerine göre, Türkiye'de restoranlar, kullanıcılar tarafından online ortamda en çok aranılan kategoriler arasında ilk sırada yer alıyor. Bunu giyim, ayakkabı, çanta mağazaları ile devlet daireleri ve bakanlıklar takip ediyor. Dijital platformlarda en çok aranılan diğer kategorileri ise otobüs firmaları, evlere ye-

YELLOW_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:47 PM Page 2

SEMİN ÖZMORALI

"KOBİ'ler online'da çok ataklar"

Mağazasının, işyerinin ziyaret edilmesini isteyen, müşterilerinin kapısından içeri girmesini isteyen her KOBİ'nin internette bulunduğunu söyleyen Yellow Medya Genel Müdürü Semin Özmoralı dijitalde sokak ya da cadde ile sınırlı kalınmadığını, günün her saati, herhangi bir lokasyondan arayan herkesin birbirini bulmasının mümkün olduğunu ifade ediyor. Özmoralı, sözlerine şöyle devam ediyor: "Yeter ki siz internette olun, mobil cihazlarda olun, arama motorlarına kendinizi gösterin, online firma rehberlerinde kayıtlı olun. Adresinin, telefon numarasının, email adresinin, web sitesinin bulunmasını isteyen her KOBİ, dijitaldeki varlığını önemsiyor. Bunun perakende sektörü ya da tamirciler, yetkili servisler, tesisatçılar gibi alanlar için çok kritik olduğunu tahmin edebilirsiniz. Özellikle genç kuşak KOBİ'lerde broşüründen, tabelasındaki eksik, silinmiş harften önce dijitaldeki bilgilerini düzeltme gayretini, dikkatini sıklıkla görüyoruz. Rakibinin dijital bulunurluğunu gören, izleyen KOBİ'ler de aynı şekilde online varlıkları konusunda çok ataklar."

mek servisi yapan restoran ve kafeler, cep telefonu hattı ve aksesuar satış noktaları, okullar, mobilyacılar, kargo/kurye hizmetleri ve inşaat firmaları diye sıralayabiliriz. Arama trendleri kimi zaman farklılıklar gösterebiliyor. Örneğin kış aylarında daha çok kayak merkezleri ya da kar lastiği için lastik bayileri gibi işletmeler, yaz aylarında ise kıyı şeridindeki otel ve tatil merkezleri ya da bahçe mobilyaları satan işletmeler aranıyor. Ama en çok aranan bir numaralı restoran kategorisi hiçbir zaman değişmiyor.

KOBİ'ler en çok hangi alanlarda destek istiyor?

Ülkemizde 3 milyon civarında KOBİ bulunuyor. Biz de Yellow Pages olarak KOBİ'lerin online ve mobil ortamlarda kolayca bulunabilmelerini sağlıyoruz. Dijitalleşmenin bu kadar hızlı ve yoğun olduğu bir zamanda, KOBİ'lerin artık sadece web siteleri ile varlıklarını devam ettirmeleri yeterli değil. Mutlaka her aranıldığında rahatça ve sıklıkla bulunabilmeleri için online rehberlerde yer almaları gerekiyor. Online rehberlerde yer alan KOBİ'ler, aynı zamanda arama motoru aramalarında da kolayca bulunabiliyor. Mobil cihazların artması ve online navigasyon kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, dijital haritalarda bulunmak da şart. Kısacası biz KOBİ'leri, yapığımız data anlaşmalarımız ile tüm bu noktalara yerleştirerek dijital bulunabilirliklerini yükseltiyor, arama sonuçlarında bulunabilmeleri için sosyal medya, web sitesi, mobil site gibi hizmetleri kolay ve ucuza onların hizmetine sunuyoruz.

NGSTYLE_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 6:11 PM Page 1

Ayşegül Sakarya Pehlivan / asakarya@ekonomist.com.tr

NGSTYLE markasıyla yurtdışında mağazalaşacak

Tekstil sektöründeki 20 yıllık tecrübesini girişimci ruhuyla birleştirerek 2003 yılında yarattığı NGSTYLE markasını bugün dokuz mağazalı bir zincire dönüştüren Nazlı Gürer Aldıkaçtı, yurtdışına açılmaya hazırlanıyor. Hedefte Fransa ve Katar var.

Başarılı bir profesyonelken girişim ruhunun sesini dinleyip kendi markasını yaratan Nazlı Gürer Aldıkaçtı, NGSTYLE'ı kısa sürede Türkiye'nin önemli kadın hazır giyim markalarından biri haline getirdi. Bu süreçte ilginç bir girişimcilik öyküsünü sayfalarımıza taşıdık.

Aldıkaçtı, Uludağ Üniversitesi İktisat Bölümü'nden mezun olduktan sonra kariyerine reklamcılıkla başladı. Kısa bir süre sonra bu sektörün kendisine uygun olmadığına karar vererek cesur bir adımla moda sektörüne geçiş yaptı. Moda ve tekstil sektörüne tamamen tesadüf eseri içindeki sesi dinleyerek geçen Aldıkaçtı, işe NN Club'ta başladı. Daha sonra Herry ile yolları kesişti. Burada genel müdürlüğe kadar uzanan kariyer hayatında profesyonel yöneticiliğinin yanı sıra hep tasarımcı kimliği ile de öne çıkan girişimci, yaklaşık 11 yıl Herry'de genel müdürlük görevinde bulundu. Ardından yine ani bir kararla kendi işini kurmaya karar verdi.

Sektöründeki 20 yıllık tecrübesini marka yaratma heyecanıyla birleştirerek, 2003 yılında NGSYLE markasını yaratan Aldıkaçtı, "NGSTYLE'ı markaya adımın baş harflerini vererek oluşturdum. Amacım iş dünyasında güçlenen vizyonuyla yer alan Türk kadınının giysilerinin de iş hayatının gereksinimlerine göre tasarlandığı bir marka oluşturmaktı. Tekstil alanındaki bilgi birikimimi, kendi kültürümüzün tasarım mirasını çizim yeteneğimle birleştirerek, moda dünyasına heyecan verici bir markaya imza atmayı hedeflediğim" diye konuşuyor.

İki yılda altı mağaza açacak

İlk yıllar Boyner gibi katlı mağazalarda ürünlerini satan Aldıkaçtı, 2009 yılında kendi markasını ön plana çıkartabilmek için mağazalaşmaya karar verdi. İlk mağazasını Marmara Forum AVM'de açan Aldıkaçtı, "Tasarımdaki gücümüzü mağazalaşma ve satış süreçlerinde de gösterdik. Mağazalaşma çalışmalarımızda öncelikle kalite bilinci ve müşteri odaklılığı ön planda tuttuk" diyor. NSTYLE'ın bugün beşi İstanbul'da olmak üzere dokuz mağazası bulunuyor. İstanbul'da Zorlu Center AVM, Göktürk/Kemerburgaz, Marmara Forum AVM, Viaport AVM ve Bomonti'de, İstanbul dışında ise İzmir Alsancak, Adana Ziyapaşa Bulvarı, Gaziantep Prime Mall AVM ve Samsun Piazza AVM'de mağazaları bulunan markanın ürünlerine mağazaları dışında 150 satış noktasından ulaşılabiliyor.

Önümüzdeki iki yılda altı mağaza daha açmayı planlayan şirketin hedefinde İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya'da mağazalar açmak var. Aldıkaçtı, Ankara'da iki, İzmir'de bir, İstanbul'da üç mağaza daha açmayı istediklerini söylüyor.

Franchise vererek büyüyor

NGSTYLE büyüme stratejisini franchise sistemi üzerine kuran bir marka. Markanın doğru bir hedef kitleye giden bir marka olduğunu söyleyen Aldıkaçtı, "En büyük avantajımız ise marka ile tanışanın bir daha bırakmaması. Bu da yatırımcılara güçlü bir marka-müşteri ilişkisi ile işe devam etme şansı veriyor" diyor. Şirket, yeni açılacak AVM´lerde büyümeyi hedefliyor. Bu sektörü bilen ve markayı iyi bir noktaya taşıyabilecek girişimcilere franchising konusunda öncelikli. Bir mağaza için minimum 100 metrekare bir mağaza büyüklüğü ve 150 bin liralık yatırım miktarı yeterli oluyor. Girişimciye yüzde 40 civarında kar marjı bırakan şirketin, aylık ortalama ciro hedefi ise 150 bin lira. Sisteme giriş için ekstra bir bedel talep edilmiyor.

Kendi mağazaları dışında satış noktalarını da artırmak için çalışmalarını sürdüren girişimci Türkiye'nin ve dünyanın önemli perakende noktalarıyla görüşmeler yürütüyor. Hali hazırda

Kadın ressamların eserleri kıyafetlere taşındı

NGSTYLE, KAGİDER ile Resmin Kumaşta Öyküsü projesini yürütüyor. Kadın girişimcilere katkı sağlamak amacıyla yürütülen bu çalışmada kadın ressamlarla işbirliği yapılıyor. Proje kapsamında Aydan Baktır, Sevgi Güzelışık Koç, Müjde Kotil gibi değerli kadın ressamların resimleri NGSTYLE ürünlerinde kullanılıyor. Bu ürünlerden elde edilen gelirin bir kısmı da kadın girişimcileri desteklemek üzere KAGİDER'e aktarılıyor.

NGSTYLE_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 6:11 PM Page 2

NAZLI GÜRER ALDIKAÇTI

Rusya Federasyonu, Türki Cumhuriyetler, Bakü, Katar ve Almanya'da koleksiyonları moda severlerle buluşuyor.

Yurtdışı için görüşmeler sürüyor

Diğer taraftan yurtdışında mağazalaşmak için de görüşmeler sürüyor. Paris ve Katar'dan girişimcilerle görüşmeler yürüten Aldıkaçtı, "2015'te bu görüşmelerimizin realize olmasını umuyoruz. Yurtdışında bölgeyi iyi bilen ortaklarla çalışmayı tercih ediyoruz" diye konuşuyor. 2014'ü 13 milyon TL'lik bir ciroyla kapatmayı hedefleyen NGSTYLE, yurtdışı büyüme planlarının da verdiği ivmeyle 2015'te yüzde 30'luk bir büyüme hedefliyor.

Nazlı Gürer Aldıkaçtı sektörün deneyimli isimlerinden biri olarak en önemli sorunun kalifiye eleman eksikliği olduğunu söylüyor. Sektöre eleman yetiştiren bir yer olmadığına dikkat çeken Aldıkaçtı, bu nedenle şehir dışında mağaza açarken çok seçici davrandıklarını belirtiyor.

75 kişilik ekibi var

Aldıkaçtı, NGSTYLE'ın müşteri kitlesinin A ve B sosyoekonomik profiline sahip, çalışan ya da hayatın içinden, 18 – 65 yaş arası, kendine güvenen, kültürlü, sosyal aktivitesi fazla olan tüketicilerden oluştuğunu söylüyor. Tasarımları kadınların tercihlerine göre yaptıklarını söyleyen Aldıkaçtı, "Ben de çalışan bir kadın, anne ve eş olduğum için ürünleri kendim kullanıp eksikliklerine bulursam hızla yeniliyorum. Kadınların hem toplantılarda kendini iyi hissedeceği hem de çocuğunun peşinde koşabileceği tasarımlar yapmaya çalışıyoruz. Müşteri kitlemizi iyi dinleyip onların ihtiyaçlarına göre tasarımlarımızı güncelliyoruz" diyor. NGSTYLE, Şişli-Bomonti'deki 2 bin 500 metrekarelik merkez binasında; yönetim, ürün geliştirme ve tasarım, pazarlama ve satış, muhasebe ve finans gibi belirleyici birimlerin bulunduğu 75 kişilik ekibi ile faaliyet gösteriyor.

BSiLAC_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:48 PM Page 1

Ayşegül Sakarya Pehlivan / asakarya@ekonomist.com.tr

Dünyanın ilk kulak temizleme **köpüğünü yurtdışına açacaklar**

Pazarlama uzmanı Umut Kapar ve eczacı Sinem Kapar kardeşler, kulak burun boğaz uzmanı İbrahim Altoparlak'la güçlerini birleştirip dünyanın ilk köpük formunda kulak temizleme ürününü geliştirdi. Yeni ürünler üzerinde çalışan girişimciler Avrupa'ya ihracata hazırlanıyor.

BS İlaç ve Kozmetik'in temeli, ilaç sektöründe uzun yıllardır edindikleri deneyimlerini kendi ürünlerini geliştirmek ve kendi markalarını yaratmak için kullanmaya karar veren iki kardeşin Umut ve Sinem Kapar'ın girişimiyle atıldı.

Kulak burun boğaz uzmanı İbrahim Altoparlak'ı yanlarına alarak sağlık sektöründe yeni ürün geliştirmek için harekete geçen girişimciler, dünyanın ilk köpük formunda kulak temizleme ürününü üretmeyi başardılar. Hali hazırda yeni ürünler üzerinde çalışan BS İlaç ve Kozmetik, ürünlerini yurtdışına taşımaya hazırlanıyor.

Şirketin kuruluşunda en büyük sermayelerinin cesaret ve tecrübe olduğunu söyleyen şirketin kurucularından Umut Kapar, "Doktor ortağımızın kulak burun boğaz alanındaki sorunları çözecek fikirler üretmesi ve bu fikirleri hayata geçirecek eczacı ortağımızla buluşması şirketimizin kuruluşunu sağladı. Fikir ve ortaya çıkan ürünü en ulaşılabilir şekilde tüketici ile buluşturmamız ise benim pazarlama konusundaki deneyimim sayesinde oldu. Ürünümüz piyasaya çıkana kadar geçen sürede oldukça zorlu engelleri aşmak zorunda kaldık. Maddi sermayemizi kullanırken ürünün kaliteli ve işe yarar olması için AR-GE ve üretim faaliyetlerine öncelik verdik" diyor.

AR-GE ekibi güçlü

Şirketin AR-GE ekibinin başında uzun yıllardır ilaç ve kozmetik alanında çok çeşitli yenilik ve başarılara imza atan Sinem Kapar bulunuyor. 2002 yılında Hacettepe Üniversitesi Eczacılık Fakültesi'nden mezun olan Kapar, mezuniyetin ardından Türkiye'nin büyük ilaç firmalarından birinde laboratuvar ve AR-GE'de çalıştı. Yeditepe Üniversitesi'nde kozmetik üretim bölümünü kurup üretim müdürlüğü ve sonrasında koordinatörlük yapan Kapar, Yeditepe Üniversitesi'nde patentli ürün serisi olan Pharma 7 ve Suna Dumankaya, Aisha gibi projelerini yürüttü. Sonra Rareblossom'a transfer oldu. Tüm bu süreçte ilaç ve kozmetikte laboratuvar, ar-ge, üretim ve pazarlama uygulamalarının tamamını öğrenme şansı bulan Sinem Kapar, bu deneyimini kardeşi Umut Kapar'ın pazarlama konusundaki tecrübesiyle birleştirmiş durumda.

Kulak burun boğaz uzmanı İbrahim Altoparlak'ın da desteğiyle ve AR-GE departmanı sayesinde güçlü, hızlı, yenilikçi ve performansı yüksek ürünler üretme konusunda oldukça iddialı olduklarını belirten Umut Kapar, "Pazarlama konusunda ise Amerika'da aldığım eğitimler ve önceki yıllarda edindiğim tecrü-

BSiLAC_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:49 PM Page 2

Üç yeni ürün geliyor

Şirket diğer taraftan yeni ürünler geliştirmeye devam ediyor. Serotis markasıyla kulak bakımıyla ilgili farklı ürünler geliştirmeyi hedefleyen şirket, yapılan Ar-Ge çalışmaları sonucunda doktorların kulak temizleme işlemlerini kolaylaştıracak ve performansını artıracak Serotis Plus Kulak Kiri Temizleme Damlası, kulağa kaçan suyu kurutmayı sağlayacak Serotis Dry Ears Kulak Suyu Kurutucu Sprey ve kulak kirini yumuşatıcı Serotis Gliserin Damla ürünlerini geliştirdi. Kasım ayı sonunda ürünleri pazara sunacaklarını söyleyen Umut Kapar, "Bu ürünler ile birlikte Serotis, kulak bakımı alanında Türkiye'nin en büyük markası olacak. Kulak bakımı dışında yine spesifik alanlarda ürün tasarımlarımız mevcut. 2015 yılında bu ürünlerin de üretimi ve satışı için hazırlıklarımızı yapmaktayız" diyor.

belerle fark yaratıyoruz ve öne çıkıyoruz" diye konuşuyor.

10 bin kutu ürün sattı

BS İlaç ve Kozmetik'in ilk geliştirdiği ürünler Serotis Kulak Temizleme Köpüğü ve Serotis Kids Çocuklar İçin Kulak Temizleme Köpüğü, kulak çubukları gibi bugüne kadar yapılan yanlış kulak temizleme uygulamalarına son vermek üzere geliştirilmiş bir ürün.

Umut Kapar, yurtiçi ve yurt dışında patent başvuruları yapılan bu ürünlerin dünyada ilk ve tek köpük formundaki kulak temizleme ürünleri olduğunu belirtiyor. Kulakta kir birikmesini önlerken, kulağın kendi kendini temizleme mekanizmasına da yardımcı olan bu ürünler, pH 5,5 değeri ile kulak cildinin pH değerini koruyor. 2014'ün Mart ayında saha kadrosunu kurarak ürünlerini sahaya çıkartan şirket, yedi ay gibi bir sürede 10 bin kutu civarında ürün satışı gerçekleşirdi. Selçuk Ecza Deposu dahil üç farklı ilaç ve itriyat deposuyla çalışmaya başlayan BS İlaç, saha satış kadrosunu dört kişiye çıkartarak İstanbul dışında Antalya'da da aktif ürün tanıtımına ve satışına başladı. Toplamda 500 civarında eczaneye Serotis satışı gerçekleştiren ve 200 eczaneye Serotis standı ve tanıtım materyalleri koyan şirket, ilk üretimi olan 10 bin kutunun satışını yapıp ardından talep üzerine 20 bin kutu daha üretti.

İhracata Almanya'dan başlayacak

2015 yılında ise mevcut saha kadrosunu genişleterek tüm Türkiye'ye yayılmayı, kulak temizliği ve bakımı alanında farkındalığı arttırmayı, Serotis markasının bilinirliğini ve satışın arttırmak için televizyon reklamları yapmayı hedeflediklerini belirten Kapar, "Bunlara ilave olarak ürün portföyümüzü genişleterek hem ciro ve hem de karlılığımızı arttıracağız. 2015 yılında yurtiçindeki hedeflerimizin yanı sıra patent başvurusu yapılmış, Türk Malı Serotis Kulak Bakım ürünlerinin ihracatına ve yurtdışında büyümeye yönelik hedeflerimiz de var" diye konuşuyor. Serotis ve Serotis Kids Kulak Temizleme Köpükleri'nin Avrupa'da satışı için gerekli bütün yasal süreci tamamladıklarını belirten Kapar, Almanya ile ilk ihracat sözleşmesini imzaladıklarını dile getiriyor. Kasım ya da aralık ayı içinde ilk ihracatını tamamlamayı hedefleyen şirket, Almanya dışında Fas'tan da üç firma ile görüşmeler yürütüyor.

ENGEL_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:51 PM Page 1

Özlem Bay Yılmaz / obay@ekonomist.com.tr

Engellilere **kariyer fırsatları sunuyor**

Engelli Mehmet Kızıltaş, 23 yıl önce yaşadığı iş arama girişiminden ilham alarak engelsizkariyer.com'u kurdu. Yaşadıklarını başka engellilerin de yaşamasını istemediği için sosyal girişimci olarak böyle bir site kurmaya karar verdiğini ifade eden Kızıltaş, "Diğer kariyer sitelerinin eksik kaldığı engelliler konusunda hem işverenler hem de engellilerin ihtiyaç ve gereksinimlerini dikkate alarak inovatif çözümler sunuyoruz" diyor.

MEHMET KIZILTAŞ

Çalışmalarına 2005 yılında başlanan ve 2008 yılında hizmet vermeye başlayan engelsizkariyer.com, diğer kariyer sitelerinin eksik kaldığı engelliler konusunda hem işverenler (İK profesyonelleri) hem de engellilerin ihtiyaç ve gereksinimlerini dikkate alarak inovatif çözümler sunuyor.

Türkiye'nin tematikte İŞKUR Özel istihdam Bürosu lisansına sahip engelliler insan kaynakları ve kariyer portalı olan site; engelliler ve işverenleri bir araya getiriyor. Binlerce engelli ile yüzlerce firmanın bir araya geldiği sitede bunun dışında engellilerin kişisel gelişimlerini, mesleki vasıflarını artırmaya yönelik farklı eğitimler de veriliyor. Meslek edindirme kurslarını bitiren adaylardan sınıfı geçenlerin yüzde 90'ının istihdam edildiği söyleyen site kurucusu Mehmet Kızıltaş, "Engelsizkariyer.com'da 7 binin üzerinde engelli aday CV'si yer alıyor. Yüzde 44 lise, yüzde 19 lisans, yüzde 12 ön lisans, yüzde 8 ortaokul, yüzde 4 ilkokul, yüzde 1 yüksek lisans şeklinde bir veri tabanımız var. Bu veriler bizlere işverenlerin aradığı eğitim seviyesinde güncel ve nitelikli aday veri tabanına sahip olduğumuzu gösteriyor" diyor.

Almanya örnek aldı

Kendisi de engelli olan Kızıltaş, bundan 23 yıl önce yaşadıklarının kendisini engelsizkariyer.com'a yönelttiğini belirtiyor. Yaşadıklarını başka engellilerin de yaşamasını istemediği için sosyal girişimci olarak böyle bir site kurmaya karar verdiğini ifade eden Kızıltaş, sitenin kuruluş öyküsünü şöyle an-

ENGEL_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:51 PM Page 2

"Sosyal girişimcilik desteklenmeli"

Sosyal girişimcilik algısı İngiltere'de 10 yıldır yaygın. Bu tür girişimler, dernek ya da vakıf olmadan çözüm ekonomisi ile toplumsal bir konuya çözüm sundukları için yatırımcılardan ve devletten destek alabiliyor. Türkiye'de ise bu algının iki yıl öncesine kadar olmadığını belirten Kızıltaş, şunları ekliyor: "Sabancı Üniversitesi'nin Sosyal Girişimci Geliştirme Programı ile ilk kez farkındalık çalışmaları yapıldı. Bu programın ilk öğrencisi ve birincisi olarak da Brezilya'da düzenlenen INSEAD Sosyal Girişimcilik Konferansı'na katıldım. Bu tür programlar, sosyal girişimcilerin sosyal etki yaratan yönünü ölçümleyerek ve yarattıkları değerle de yatırımcılardan finans desteği alarak daha fazla etki yaratmanın yolunu açıyor. Bu girişimler mutlaka desteklenmeli."

latıyor: "Henüz 12 yaşındaydım. Arkadaşlarım yaz tatilinde okullar kapanır kapanmaz işe başlamışlardı. Ben de onlara özenerek iş aramaya başladım. Şehrin en işlek çarşısına doğru yola koyuldum. Gözüm camlara asılan 'Çırak Aranıyor' yazılarına takılıyordu. İlanın asılı olduğu küçük bir işyerine girdim. 'Amca çırak lazım mı?' diye sordum. 'Evet lazım, lazım da bize sen lazım değilsin' dedi. İşte ilk iş başvuru deneyimimde kendi engel ve engellerim yüzüme vurulmuştu. Bu durum, başvurduğum diğer çırak arayan işyerlerinde de değişmemişti. Özgüvenimi kaybettim, hayata ve topluma olan bakış açım değişti."

Benzer öykülerin yaşanmaması için altı yıl önce bu projeyi hayata geçirdiğini söyleyen Kızıltaş, "Bugün Almanya ve Fransa'nın da örnek aldığı bu projenin hayata geçmesini sağladık" diyor.

Kişisel gelişim eğitimleri

Engelli bireysel üyeler sitenin sunduğu tüm hizmetlerden ücretsiz yararlanıyor. Engelli adaylar engelsizkariyer.com'a bireysel üye olduktan sonra kişisel ve mesleki vasıflarını yükseltmek için Enocta ve Microsoft ile ortak hazırlanan e-öğrenme derslerinden yararlanabiliyor. Bunun yanı sıra engellilere İŞKUR fonlarından yararlanarak iş gücü piyasasının ihtiyaçlarına göre belirlenen meslek dallarında meslek edindirme kursu düzenleniyor ve engelliler işe yerleştiriliyor.

Engellilerin, sitede yer alan iş ilanlarına başvuru yaparak kariyer yolculuklarında ihtiyaç duydukları anda iş koçluğu ve danışmanlık desteği de alabildiklerini belirten Kızıltaş, "Engellilerin iş hayatındaki vasıflarını en üst seviyeye çıkarmak için onlarla 'Başarıya Giden Yol' başlıklı olmak üzere birçok konuda da kişisel gelişim eğitimleri sunuyoruz" diye ekliyor.

İki yeni site açılacak

Engelsizkariyer.com ayda yaklaşık 8 bin ziyaretçi alıyor. Engelli iş gücü piyasasının yüzde 80'ine hitap etmeyi hedeflediklerini kaydeden Kızıltaş, engellilerin istihdamda ve sosyal yaşamda hak ettikleri fırsat eşitliğinde bir yaşam sürdürmeleri için 'Engellilerle 360 Derece İletişim Eğitimleri'ni herkese sunmak istediklerini söylüyor. Bu yıl Engelsizkariyer.com'un yine 'engellilik' başlığı altında Türkiye'de olmayan iki yeni sektörel kariyer sitesini daha faaliyete geçirerek büyük bir boşluğu dolduracağına da değinen Kızıltaş, şunları anlatıyor:

"Öte yandan engellilerin sitemizin içeriklerinden çok hızlı haberdar olmalarını sağlayacak yeni iş modellerimizi de hayata geçireceğiz. Gelişen ve her geçen gün çok büyük işgücüne ihtiyaç duyulan bilişim dünyasında engellilerimizin meslek edinmelerini sağlamayı da hedefliyoruz. Firmaların sosyal medya alanındaki artan ihtiyaçlarına cevap vermek için engelli sosyal medya uzmanları yetiştirmek için kolları sıvadık. Şimdilik kas hastası, CP'li ve omurilik felçli gibi ağır engellilerimizin evlerinden çalışmalarını sağlamak için onlara eğitimler vereceğiz."

HELEND_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:52 PM Page 1

Mustafa Kemal Çolak / mcolak@ekonomist.com.tr

Türkiye'de **kadın girişimci ile büyüyor**

Dünyanın en önemli erken yaş dil eğitim markası Helen Doron, üç yıldır Efinst Dil Okulları yönetiminde Türkiye'de de faaliyet yürütüyor. Üç yılda açılan 42 şubenin 30'unda kadın girişimcilerle el sıkışıldı. Helen Doron Türkiye Genel Müdürü Bora Gündüzyeli, "Kadın girişimciye daha yatkın bir iş anlayışımız var" diyor. Helen Doron, önümüzdeki beş yılda 50 yeni şube daha açacak.

İngiltere'den dünyaya yayılan Helen Doron Erken Eğitim Sistemi, Türkiye'de de üç yıldan bu yana faaliyet yürütüyor. Üç aylıktan 12 yaşa kadar İngilizce dil eğitimi hizmeti veren Helen Doron okullarında ayrıca ülkemize özel bir farklılık da ortaya kondu. Dünya genelinde ilk kez olarak Türkiye'deki işletmelerinde ayrıca anaokulu konsepti de yaratıldı. Efinst Dil Okulları'nın master franchise'i olduğu Helen Doron Türkiye okullarında hem erken İngilizce eğitimi veriliyor, hem de anaokulu hizmeti sunuluyor.

Helen Doron Türkiye, üç yıl gibi kısa sürede 14 ilde 42 şubeye ulaştı. Efinst Dil Okulları, kendine ait şubeleri devreye alırken, ayrıca franchise sistemiyle de yaygınlaşıyor. Bugün İstanbul'da 10, İzmir'de yedi, Ankara'da iki şube ile sürdürülen faaliyetler, Çorlu'dan Manisa Salihli'ye, Malatya'dan Mersin'e kadar uzanıyor.

Bu noktada bir konuya değinmekte yarar var. Halihazırda 42 olan Helen Doron şubelerinin 30'unda kadın girişimcilerle el sıkışıldı. Yani kadın girişimcilerin yatırımlarıyla kurulan Helen Doron okulu sayısı 30'u buluyor. Aslında kadın girişimciler üzerinden yürüyen faaliyetlerin sayısı daha fazla. Resmi olarak erkek girişimci tarafından açılan ama bu girişimcinin eşi veya kadın bir yakını üzerinden sürdürülen faaliyetler de var.

Neden kadın girişimci?

Kadın girişimciye dönük pozitif ayrım aslında Helen Doron Türkiye'nin temel iş stratejilerinden biri. Kadın işgücünün ve girişimci yönünün önünün açılması, Helen Doron'un öncelikli hedeflerinden birini oluşturuyor. Efinst Dil Okulları ve Helen Doron Türkiye Genel Müdürü Bora Gündüzyeli, kadın girişimciye dönük yatkınlıklarının bir nedeninin de tamamen iş yapış şekillerinden kaynaklandığını söylüyor. Kadınların, işin temelinde çocuk, eğitim, bakım, dil öğrenme gibi kavramların olduğu bir işte daha başarılı olduğunu gözlemlediklerini belirten Bora Gündüzyeli, "Kadın bu gibi alanlarda doğası gereği daha içten, daha titiz, daha konsantre. Hem hizmet sunulan çocuklara, hem ebeveynlerine, hem de kendi ekibine yönelik hassasiyetleri daha fazla. Bu açıdan kadın girişimcile-

HELEND_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:52 PM Page 2

rimizin önünü açmada biraz daha pozitif bir ayrımcılık yapıyoruz" diyor.

Üç yıl önce Florya şubesini kurarak Helen Doron sistemine giren, bu yıl da Halkalı'yı devreye alan kadın girişimci Meltem Karahan Özgen, çocuklara İngilizce öğretmenin yetişkinlerden çok farklı olduğunu vurguluyor. Özgen'in verdiği bilgilere göre, eğitim süreçlerinde çocuğa hiç 'hayır' kelimesi kullanılmıyor. Helen Doron'un öğretmene büyük yatırım yaptığını söyleyen Karahan, "Öncelikle anneyim, sonra girişimciyim. Üç yıldır Helen Doron eğitimi alan kızım ile geçen hafta Londra'da idim. Beş gün boyunca hiç Türkçe konuşmadan, tüm gramer ve aksanları anlayan altı yaşındaki çocuğumu görünce yatırım kararımın da ne derece doğru olduğunu gördüm" diyor.

Helen Doron Türkiye, 42 şubesiyle alanındaki en büyük eğitim zincirini oluşturuyor. Bünyesinde çalışan 160 öğretmen, toplam 3 bin 500 öğrenciye hizmet veriyor. 2015'te 0 yeni okul daha açılacak. Mevcut okulların da kapasitesinin artırılmasıyla birlikte gelecek yılın sonunda 360 öğretmene ve 6 bin öğrenciye ulaşılacak.

Efinst Dil Okulları, Helen Doron'a ilişkin gelecek beş yıla ilişkin de iddialı büyüme hedefleri koymuş durumda. Önümüzdeki beş yılda 50 yeni okulun devreye alınması planlanıyor. Yine franchise ağırlıklı bir büyüme üzerinden gidilecek. İşine konsantre olma seviyesi en önemli franchise kriterlerinden biri. Franchise adaylarının eğitime yatkınlığı ve işin başında olması, eğitim ekibine yönelik yönetim anlayışı, Helen Doron uzmanları tarafından öncelikle değerlendiriliyor. Nüfus yoğunluğunun olduğu yurdun her bölgesi yeni şubeler için potansiyel taşıyor. Franchise'ın maddi koşulları ise master franchise tarafından il ve bölgelere göre değişecek şekilde belirlenmiş bulunuyor. Kentin taşıdığı potansiyele göre 30 bin Euro ile 55 bin Euro arasında franchise bedeli alınıyor. Ayrıca yüzde 14 de royalty bedeli mevcut.

1 **Nesrin Oral:** Etiler/İstanbul – Kurucu Ortak
2 **Yüksel Alçın:** Ataşehir/İstanbul – Şube Müdürü
3 **Neslihan Okutgen:** Ataşehir/İstanbul – Kurucu Ortak
4 **Ayten Baştürk:** Etiler/İstanbul – Kurucu Ortak
5 **Ayşegül Altun İnce:** Mersin–Kurucu Ortak
6 **Mehtap Alagöz:** Kemerburgaz/İstanbul–Kurucu Ortak
7 **Meltem Karahan Özgen:** Florya, Halkalı/İstanbul–Kurucu Ortak
8 **İlknur Erbayram Diğiçaylıoğlu:** Etiler/İstanbul–Kurucu Ortak
9 **Berna Gönülalan:** Helen Doron Türkiye Merkez Ofis–Eğitim Kordinatörü
10 **Ebru Coşar:** Helen Doron Türkiye Merkez Ofis–Kordinatör Yardımcısı
11 **Meliha Gül:** Çekmeköy/İstanbul–Şube Müdürü

Kadın girişimciler ne diyor?

Meltem Karahan Özgen (Florya ve Halkalı Helen Doron Kurucu Ortak): "Çocuk ve eğitim, yatırım için en temel gerekçem oldu. Önce kendi çocuğumda denedim, Helen Doron'daki başarıyı gördüm. Sistem dil eğitimi vermiyor, dil edinilmesini sağlıyor. Bir kadın girişimci olarak çocuğa yaşam boyu kalıcı yaklaşım sunan, 29 yıllık bir metot bena doğru alanda yatırım yaptığımı gösterdi. "

İlknur Erbayram Diğiçaylıoğlu (Etiler Helen Doron Kurucu Ortak): Biz, eğitimci kimliğimizle (Almanca öğretmeni, 18 yıl ABD'deyaşadı.) yapılabilecek en iyi yatırımın insana ve özellikle çocukların eğitimine olduğuna inanıyoruz. Türkiye'de erken yaşta İngilizce eğitiminin eksikliğini ve ileriki yaşlardaki İngilizce konuşma güçlüklerinin farkında olduğumuzdan , yaptığımız araştırmalar bizi Helen Doron ile kesiştirdi.

Ayşegül Altun İnce (Mersin Şube Kurucu Ortak): "Çok iyi bir marka, çok iyi bir sistem. Ayrıca çocuklardaki geri dönüşü de çok başarılı. Oyun oynayarak İngilizce eğitimi veriliyor. Çocuklar üzerine uzman dil öğretmenleri, bizzat Helen Doron tarafından eğitiliyor. Dil sorunumuzun çözümüne önemli katkı sağladığını gördüğümden bizzat sisteme dahil oldum."

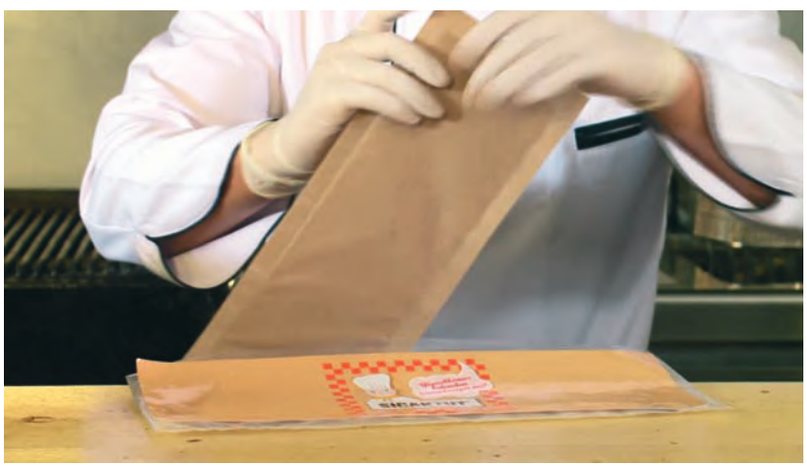
DRAGO_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:54 PM Page 1

Özlem Bay Yılmaz / obay@ekonomist.com.tr

İnovatif ürünlere **odaklandı**

Drago Bilişim, gıda, inşaat, enerji ve kimya alanlarında inovatif ürünler geliştiriyor. Şirket, pizza ve pide gibi yiyeceklerin servis sırasında soğumasını veya hamurlaşmasını engelleyen ürünü 'Sıcaktut'u Türkiye'den sonra ABD pazarına da sunmayı hedefliyor. Drago Bilişim, buzlanmayı önleyici yol sıvısı ürünü için de yurtdışı çalışmalarına hız verdi.

Drago Bilişim, 2011 yılında yaklaşık 500 metrekare kapalı alanda AR-GE laboratuvar çalışmaları ile çevreye duyarlı kimyasalların üretilmesi konusunda çalışmaya başlamış bir şirket. Daha önce Türkiye'de üretilmemiş ve denenmemiş inovasyona dayalı, çevreye duyarlı ürünler geliştiren şirket, bunu tamamen yerli imkanlar kullanarak üretiyor. Girişimci Göksel Mumcu tarafından kurulan şirket yalnızca inovatif ürünlere yatırım yapıyor. İnşaat ve gıda dışında enerji ve kimya alanlarında da büyümeyi hedefleyen şirket, Türkiye'de ve dünyanın belli yerlerinde üretim ve satış faaliyetlerini sürdürüyor. Şirketin özellikle enerji sektörü ile ilgili yaptığı yatırımlarla birlikte AR-GE yatırım tutarı 3.5 milyon TL'ye yaklaşmış durumda.



Çevre dostu ürünler

Şirketin kurucu ortağı Göksel Mumcu, Almanya Aachen Üniversitesi İnşaat Mühendisliği Bölümü'nden mezun. Koçak Mühendislik'te şantiye şefliği görevinden sonra 2006 yılından itibaren 10 yıl süresince kurucu ortağı olduğu M&G Bau GmbH şirketi ile Almanya'da inşaat sektöründe önemli projelere imza attı. Terkanon Karton Ambalaj şirketinin kurucu ortağı olarak 2007-2011 yılları arasında birçok yeni buluşa hayat veren Mumcu, Dragons Den Türkiye yarışmasına katılarak 'Nem Alıcı Pizza Kartonları' adlı projeyle beş yatırımcının ortak yatırım desteğini aldı.

Ortaklarıyla birlikte Drago şirketini kuran Mumcu, "AR-GE çalışmalarımız hızla devam ediyor. Amacımız, çevre dostu ürünler üreterek, Türk kimya sanayisinin bu noktadaki hammadde ve bilgi eksikliğini gidermek, yerel yatırımlarla dışa bağımlılığı ortadan kaldırmak, daha yaşanılabilir yarınlar için yeni nesil inovatif ürünler üretmek" diye anlatıyor.

Pabuççuoğlu ile yola devam

Zaman içinde ortakların şirketten ayrılmasıyla Mumcu yeni bir ortak arayışına giriyor. Marmara Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü mezunu olan Doğu Pabuççuoğlu, Vestel, Cine 5, Hürriyet, Heidelberg Druckmachinen AG, Fujifilm

Yol sıvısı da üretiyor

Şirketin odağı yalnızca gıda sektörü değil. Esas büyümelerini enerji ve kimya sektöründe sağlayacaklarını belirten Pabuççuoğlu, "Buzlanma ve donmayı engelleyen yol sıvısı ürünümüzün üretim ve satışını yaptığımız bir tesisimizi geçen yıl Kazakistan'a taşıdık ve şu anda Almatı'da üretim ve satış yapmaktayız. Aynı şekilde ABD ve Kanada'da ortak yatırım konusunda görüşmelerimiz sürmekte" diyor.

DRAGO_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:55 PM Page 2

ve Yıldız Holding gibi şirketlerde görev yaptıktan sonra genel müdür olarak görev yaptığı Drago'nun ortağı oluyor.

Ortağı olduğu Drago'da AR-GE çalışmalarını sürdürdüğünü söyleyen Pabuççuoğlu, "Kariyerimin 12 seneye yakın süresini yabancı firmalarda yurtiçinde ve yurtdışında üst düzey yönetici olarak geçirdim. İleride eğer bir gün kendi işimi yaparsam inovasyona dayalı birşeyler yapmayı istiyordum. Drago sayesinde hayalim gerçekleşti" diyor.

Beş patenti var

Firmaya ait beş adet patent bulunuyor. Bünyesindeki üç AR-GE elemanı, inovatif ürünler geliştirmek için çalışıyor. Son olarak sadece Türkiye'de değil dünyada da bir ilk olma özelliği taşıyan inovatif bir ürün geliştirdiklerini söyleyen Pabuççuoğlu, şunları anlatıyor:

"Pizza, hamburger, pide, lahmacun gibi sıcak tüketilmesi gereken gıda ürünlerinin servisi sırasında soğumasını önleyen özel bir teknolojiye sahip bir ürün geliştirdik. Patenti Drago'ya ait olan Sıcaktut projesinin başlangıcı 2007'ye dayanıyor. Şirket ortağımız Göksel Mumcu'nun bu projesi, Dragons Den Türkiye yarışmasında yatırımcı alarak Drago firmasının kurulması ile sonuçlandı. Türkiye ve dünya pazarının birçok sektöründe adından çokça söz ettirecek. Bu ürünle ilgili şu an Mano Burger ile anlaştık. Mano Burger'in bütün paket servisleri Sıcaktut buluşuyla gidiyor."

Hedef ABD pazarı

Sıcaktut, üretimde kullanılan hammaddelerine göre, tamamen doğal ortamda çözünebilir, yüzde 100 geri dönüşümlü veya anti bakteriyel malzemeden üretiliyor. Nonwoven malzemeden oluşan dış cidar doğada çözülme özelliğine ve geri dönüşüm özelliğine sahip.

Sıcaktut için 2011 yılından beri 2 milyon TL'nin üzerinde yatırım yapıldığını belirten Pabuççuoğlu, "2014 yılı sonuna kadar hedefimiz Sıcaktut'un Türkiye pazarına yavaş fakat emin adımlarla yerleşmesi. 2015 senesinde ise hedefimiz başta ABD olmak üzere eve sipariş edilen pizza vb. ürünlerde kullanılmasını sağlamak" diye ekliyor.

DOĞU PABUCCUOĞLU - GÖKSEL MUMCU

KOSE_2_girisim_ERMANKAYA_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:56 PM Page 1

Erman Kaya
Proje Yöneticisi / BUBA

Paylaşım Ekonomisi

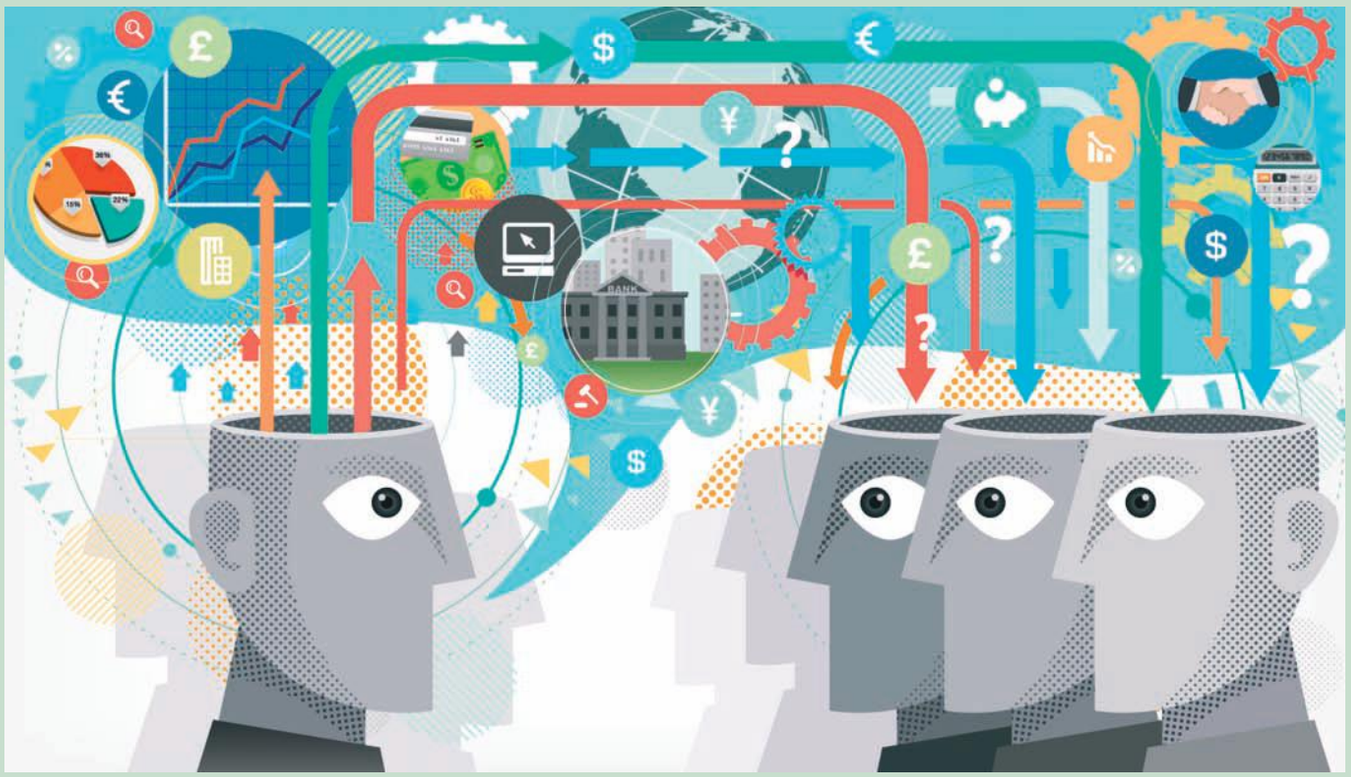
Endüstri devrimiyle değişen iş, işçi ve ticaret algıları, internetin belki de bugüne kadar getirdiği en büyük olgu ile karşı karşıya: paylaşım ekonomisi. Paylaşım (işbirliği) ekonomisinin temel felsefesi; sahip olunan şeylerin internet üzerinden 3'üncü bir şahsa belli bir ücret karşılığında kiralanmasıdır. 15 yıl kadar kısa bir sürede hayatın önemli bir parçası haline gelen paylaşım ekonomisi üzerine inşa edilen firmalar geleceğin en büyük ekonomik oyuncuları arasında olmaya adaylar.

Hikâye San Francisco'da 2008 yılında ev kiralarına yardımcı olsun diye 2 gencin odalarına misafir kabul etmesiyle başlar. Fikir oldukça basit ve güzeldir. Amaç, atıl durumda olan bir oda üzerinden para kazanmaktır. Fikri sonradan duyan Silikon Vadisi ona sahip çıkar çünkü çok basit bir ihtiyaçtan doğan Airbnb adını verdikleri sistem günümüz dünyasının otel ve konaklama sektörlerini alt üst edecek kapasiteye sahiptir. Aynı zamanda, internetin iş dünyası üzerinde yaratacağı en büyük etkilerinden biri olacak ve paylaşım ekonomisinin etkisini çok farklı sektörlere taşıyabilmenin kanıtlanmış bir örneği olacaktır. Henüz 6 yaşında bir şirket olmasına rağmen nisan ayında yapılan 450 milyon dolarlık bir yatırımla beraber şu an 10 milyar dolar üzeri bir değere sahip. Bugün itibariyle, sadece 34 kişilik ekiple 190 ülkede 34 binden fazla şehirde 800 bin listelik bir operasyonu yönetiyorlar. Bu sayılara ulaşınca doğal olarak artık dünyanın en büyük otel zincirlerinin tehlikeli rakiplerinden birine dönüştüler. Ev paylaşımı, bu kadar büyük ekonomi oluştururken diğer sektörler de boş kalmadı tabii ki. Araba paylaşımından çıkan girişim ise Uber. Telefonunuzdaki uygulamasıyla, parmaklarınızı ekrana dokundurarak araba çağırabilmek olarak kısaca özetleyebiliriz yaptıkları işi. Ülkemizde de hizmeti olan firmanın kuruluşu 2009'u gösteriyor. Şirketin şu anki değeri 15 milyar düzeyinde; hacmi ise 45'ten fazla ülkede hizmet verecek büyüklükte.

Paylaşım ekonomisi konut ve otomotiv sektöründe bu kadar başarı sağlayınca, akıllarda hayatın her anlamında kullanılıp kullanamayacağı fikri de doğup serpiliyor. Günümüz işletmelerinin var olma amacı ihtiyacı olan insana -yani talep eden müşteriye- ürünü veya hizmeti arz etmek-sağlamaktır. Paylaşım ekonomisinin bu amacı daha da anlamlandıracağını bekleyebiliriz. Bugüne kadar sadece firmaların sunabildiği ürün ve hizmetlerin internet sayesinde artık bireylerin de sunabildiği bir dünya düşünün. Banka yerine fonlanmanın artık doğrudan insanlar tarafından sağlandığı, paranın sınır tanımadan ve istenildiğinde takip edilemeyecek şekilde transfer edilebildiği, eğitimin bir üniversite değil de evinde video çeken bir hoca tarafından verildiği, outsource işlerin internete erişimi olan herkes tarafından yapabildiği bir dünya. İnternete erişmenin problem olduğunu mu düşünüyorsunuz? Onun da çözümü paylaşım ekonomisinde mevcut. Firechat adlı uygulamayla son Hong Kong gösterilerinde öğrenciler telefonlarını birer taşıyıcı olarak kullandı ve internetleri olmadığı halde internete başka birinin cihazı sayesinde erişebildi. Bu gibi uygulamaların daha da artacağını düşündüğümüzde bağlantıya ulaşmada yaşanan sıkıntıların gelecekte azalacağını düşünebiliriz.

İnsan, doğası gereği bir değişimle karşılaştığında refleks olarak güvenlik kaygısı

KOSE_2_girisim_ERMANKAYA_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:56 PM Page 2



hisseder. Nasıl ki e-ticaretin ilk yıllarında hepimizin aklına "Denemediğimiz ürünü görmediğimiz satıcıdan kredi kartı bilgimizi paylaşarak nasıl alırız? Sistem güvenilir mi?" gibi sorular geldi. Bugün itibariyle böyle bir şeyin olmadığı hepimizin ortak kanaati olduğunu düşünüyorum. Paylaşım ekonomisinin temel mantığı gereği ortaya bir güvenlik soru işareti çıkıyor. Tanımadığımız bir insanla ev, araba, eşya veya hizmet üzerinden ekonomik aktiviteye giriyorsunuz ve her şey güllük gülistanlık işliyor. Bunun sebebi ise şudur: Paylaşım ekonomisi firmaları insanlar arasında garantör mekanizması olarak çalışıyor. Örneğin Airbnb, ev sahibi herhangi birisi zarara uğrarsa mağdura 1 milyon dolara kadar sigorta garantisi sunuyor. Böylelikle kullanıcılar da gönül rahatlığıyla sistemi kullanabiliyorlar.

"Peki işin gidişatı nereye doğru?" sorusunun sosyolojik açıklamasına bakalım. 90 sonrası doğan ve milleniallar dediğimiz kuşak paylaşım ekonomisine çoktan uyum sağladı. Nasıl ki her kuşak bir önceki kuşağa tepki olarak şekillendiyse yeni nesil de eski geleneksel ekonomiye karşı bir tepki geliştirdi.

Araba sahibi olmak onlar için bir şey ifade etmiyor artık. Arabanın ihtiyaç olup olmadığını sorgulamıyorlar. Sadece araba sahibi olmaktansa ihtiyacı olduklarında birer arabaya ulaşabileceklerini bilmenin rahatlığı onlar için yeterli. Daha fazla gezmek ve dışarıda konaklamak istiyorlar. Çalışmak için yaşamak yerine yaşamak için çalışmayı tercih ediyorlar. Kısacası, yeni nesil bu paylaşım fikrine oldukça açık. Bunu okuyabilen geleneksel büyük firmalar ise kendilerini şimdiden paylaşım ekonomisi içinde konumlandırmaya çalışıyorlar.

Paylaşım ekonomisinin, hayata ve ekonomiye kattığı değerlerle çok anlamlı bir iş ortaya koyduğu kesin. Ama madalyonun diğer yüzü de var.

New York ve San Francisco gibi konaklama talebinin yüksek olduğu yerlerde insanlar apartman alıp buraları Airbnb'de kiralamayı bir iş modeli olarak kullanıyorlar. Böyle olunca, bölge sakinleri kiraların artmasından şehre gelen turistler de yer bulamamaktan şikâyet ediyor. Benzer şekilde Uber, geleneksel taksi endüstrisini yeniden şekillendiriyor ve Avrupa'nın birçok yerinde taksici ayaklanmalarına neden oluyor. Çünkü sistem içinde herhangi bir araç sahibi kendisini taksi şoförü olarak bulabiliyor; bu da taksicilerin menfaati ile çakışabiliyor. Yine de tüm bu olumsuzluklara rağmen mavi yaka işlerin de paylaşım ekonomisine başarılı bir şekilde uygulanması gelecekte iş, işçi ve emek kavramlarının yeniden tanımlanması gerekeceğini gösteriyor bize. Bekleyelim ve görelim.

VOLKAN_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:56 PM Page 1

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

Şahıs işletmesi adi şirket ve kollektif şirketlerin özellikleri

Bu ay ki yazımda; şahıs işletmesi, adi şirket ve kollektif şirketlerin özelliklerini incelemeye ve özet şekilde sunmaya çalışacağım.

GERÇEK KİŞİ İŞLETMESİ (ŞAHIS)

Tanımı

Bir kişinin kendi adına ve yalnız başına işlettiği ticari veya sanayi işletmeye 'gerçek kişi işletmesi' denir.

Sermaye

■ Kuruluş aşamasında herhangi bir sermaye şartı bulunmamaktadır.

Gerçek Kişi İşletmelerde Unvan

■ Gerçek kişi olan tacirin ticaret unvanı aşağıdaki hükümlere uygun olarak yapabileceği ekler ile kısaltılmadan yazılacak adı ve soyadından oluşur:

■ Tacirin kimliği, işletmesinin genişliği, önemi ve finansal durumu hakkında, üçüncü kişilerde yanlış bir görüşün oluşmasına sebep olacak nitelikte bulunmamak, gerçeğe ve kamu düzenine aykırı olmamak şartıyla; her ticaret unvanına, işletmenin özelliklerini belirten veya unvanda yer alan kişilerin kimliklerini gösteren ya da hayali adlardan ibaret olan ekler yapılabilir.

■ Tek başlarına ticaret yapan gerçek kişiler ticaret unvanlarına bir şirketin var olduğu izlenimini uyandıracak ekler yapamazlar.

■ 'Türk', 'Türkiye', 'Cumhuriyet' ve 'Milli' kelimeleri bir ticaret unvanına ancak Bakanlar Kurulu kararıyla konabilir.

Vergisel Durum

■ Gerçek kişi işletmeleri gelir vergisi mükellefidirler.

■ Tüm beyannameler elektronik ortamda verilmektedir.

■ Gelir vergisine tabi gelirlerin vergilendirilmesinde esas alınan tarifede yer alan oranlar vergi matrahına göre belirlenir. Bu oranlar yüzde 15- yüzde 35 arasında değişmektedir.

■ Çalışanlar, gerçek kişilerden kiraladıkları işyerleri, aldıkları serbest meslek hizmetleri için muhtasar beyanname verip, gelir vergisi stopajı öderler.

■ Muhtasar beyanname aylık verilebileceği gibi; çalışan sayısı 10 kişinin altında ise üç ayda bir de verilebilir.

■ Her ay Katma Değer Vergisi beyannamesi verirler.

■ 3 ayda bir Gelir Geçici Vergisi beyannamesi verirler.

■ Gerçek kişi işletmeler verdikleri beyannamelerde maktu damga vergisi ödemekle yükümlüdürler.

ADİ ŞİRKETLER TANIM VE ÖZELLİKLERİ

■ Kuruluş kolaylığı, tüzel kişiliğinin olmaması, tescil zorunluluğu bulunmaması dolayısıyla yaygındır.

■ Adi şirketler yasal dayanağı Türk Borçlar Kanunu'nun 620 – 645 maddelerinde düzenlenmiştir.

■ Kuruluşları bir şekle tabi tutulmamıştır. Ortaklar yazılı olarak sözleşme düzenleyebilecekleri gibi sözlü olarak da aralarında anlaşarak adi şirket kurabilirler.

■ Adi şirketler ticaret şirketlerinde olduğu gibi şahsi emek, ticari itibar, para, kıymetli evrak, imtiyaz ve ihtira beratları, sınai haklar, taşınır ve taşınmaz mallar sermaye olarak konulabilir.

■ Adi şirketlerin tüzel kişilikleri olmadığından belli bir unvanları yoktur. Bu nedenle Ticaret Siciline kaydolma sorumlulukları yoktur.

■ Şirketlerin aktifleri (varlıkları), ortaklığa değil ortaklara aittir. Borçları da ortakların tek başına veya birlikte ödemek zorunda oldukları şahsi borçlardır.

■ Adi şirketlerde kar/zarar sözleşmede hüküm konmuşsa ona göre yoksa eşit olarak ortaklara dağıtılır.

■ Adi şirketlerde ortak diğer ortakların rızası olmadan paylarını devredemez, bir üçüncü şahıs şirkete ortak olamaz.

ADİ ŞİRKETTE FAALİYETLERİN SONA ERMESİ VE TASFİYE

Şirket aşağıdaki durumlarda sona erer:

■ Ortaklık sözleşmesinde öngörülen amacın gerçekleşmesi veya gerçekleşmesinin imkânsız duruma gelmesiyle.

■ Sözleşmede ortaklığın mirasçılarla sürdürülmesi konusunda bir hüküm yoksa, ortaklardan birinin ölmesiyle.

■ Sözleşmede ortaklığın devam edeceğine ilişkin bir hüküm yoksa, bir ortağın kısıtlanması, iflası veya tasfiyedeki payının cebrî icra yoluyla paraya çevrilmesiyle.

■ Bütün ortakların oybirliğiyle karar vermesiyle.

■ Ortaklık için kararlaştırılmış olan sürenin bitmesiyle.

■ Ortaklık sözleşmesinde feshi bildirme hakkı saklı tutulmuş veya ortaklık belirsiz bir süre için ya da ortaklardan birinin ömrü boyunca kurulmuşsa, bir ortağın fesih bildiriminde bulunmasıyla.

■ Haklı sebeplerin bulunması hâlinde, her zaman başkaca koşul aranmaksızın, fesih istemi üzerine mahkeme kararıyla.

Ortaklığın sona ermesi hâlinde tasfiye, yönetici olmayan ortaklar da dâhil olmak üzere, bütün ortakların elbirliğiyle yapılır. Ancak, ortaklık sözleşmesinde, ortaklardan biri tarafından kendi adına ve ortaklık hesabına belirli bazı işlemlerin yapılması öngörülmüşse, bu ortak, ortaklığın sona ermesinden sonra da o iş-

VOLKAN_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:56 PM Page 2

lemleri tek başına yapmak ve diğerlerine hesap vermekle yükümlüdür.

Ortaklar, tasfiye işlerini yürütmek üzere tasfiye görevlisi atayabilirler. Bu konuda anlaşamamaları hâlinde, ortaklardan her biri, tasfiye görevlisinin hâkim tarafından atanması isteminde bulunabilir.

Tasfiye görevlisine ödenecek ücret, sözleşmede buna ilişkin bir hüküm veya ortaklarca oybirliğiyle verilmiş bir karar yoksa tasfiyenin gerektirdiği emek ile ortaklık malvarlığının geliri göz önünde tutularak hâkim tarafından belirlenir ve ortaklık malvarlığından, buna imkân bulunamazsa, ortaklardan müteselsilen karşılanır.

Tasfiye usulüne veya tasfiye sonucunda her bir ortağa dağıtılacak paya ilişkin olarak doğabilecek uyuşmazlıklar, ilgililerin istemi üzerine hâkim tarafından çözüme bağlanır.

ADİ ŞİRKETLERİN VERGİLENDİRİLMESİ VE VERGİ DAİRESİ KURULUŞ İŞLEMLERİ

Adi ortaklıkların tüzel kişilikleri olmamakla birlikte vergi kanunları uygulaması açısından ortaklık adına vergi kimlik numarası verilir. Ortaklık numarası verilen adi ortaklık için gelir stopaj, katma değer vergisi ve diğer vergi türleri için mükellefiyet tesisi yapılır.

Ayrıca ortaklardan her birinin adına ayrı ayrı vergi kimlik numarası verilir ve ortaklar için gelir vergisi ve gelir geçici vergi yönünden mükellefiyet tesis edilir.

KOLLEKTİF ŞİRKETLER TANIMI VE ÖZELLLİKLERİ

■ Kollektif şirket ticari bir işletmeyi bir ticaret unvanı altında işletmek amacıyla, gerçek kişiler arasında kurulan ve ortaklarından hiçbirinin sorumluluğu şirket alacaklılarına karşı sınırlanmamış olan şirkettir. (TTK Mad. 211)

■ Gerçek kişiler arasında kurulur. Tüzel kişiler kollektif şirket kuramazlar. Tüzel kişiler kurulmuş bulunan kollektif şirkete ortak olmazlar. Bir kollektif şirket başka bir tip şirkete ortak olabilir.

■ Kollektif şirket sözleşmesi yazılı şekle tabidir; ayrıca, sözleşmedeki imzaların noterce onaylanması şarttır.

■ En az iki kişi olmak koşuluyla ortak sayısında sınırlama yoktur.

■ Ortaklar borç ve taahhütlerinden dolayı müteselsilen ve bütün mal varlıklarıyla sorumludurlar.

■ Kollektif şirket tüzel kişiliğe sahiptir. Ticaret unvanına sahip olmalıdır. Bu unvan Ticaret Sicili'ne tescil olarak yazılmalıdır. Ayrıca ortaklardan en az birinin ad soyadı unvanda yer almalıdır. Kollektif şirketin şubeleri varsa şubelerde tescil edilmelidir.

■ Kollektif şirketler maden arama, bankacılık, sigortacılık yapamazlar.

■ Kollektif şirketlerde ortaklardan biri veya birkaçı karar almaya yetkili kılınabilir.

■ Kollektif şirkette en yetkili organ ortaklar genel kuruludur. Kararlarda oy birliği geçerlidir.

KOLLEKTİF ŞİRKETLERİN KURULUŞ İŞLEMLERİ

■ Kollektif şirket kurmaya karar veren ortaklar sözleşme hazırlamak zorundadırlar.

■ Sözleşme yazılı olmalı ve şu bilgileri içermelidir.

■ Ortakların ad ve soyadlarıyla yerleşim yerleri ve vatandaşlıkları,

■ Şirketin kollektif olduğu,

■ Şirketin ticaret unvanı ve merkezi.

■ Esaslı noktaları belirtilmiş ve tanımlanmış bir şekilde şirketin işletme konusu.

■ Her ortağın sermaye olarak koymayı taahhüt ettiği para miktarı; para niteliğinde olmayan sermayenin değeri ve bu değerin ne suretle biçilmiş olduğu; sermaye olarak kişisel emek konulmuşsa bu emeğin niteliği, kapsamı ve değeri.

■ Şirketi temsile yetkili kimselerin ad ve soyadları, bunların yalnız başına mı, yoksa birlikte mi imza koymaya yetkili oldukları.

■ Ortaklar, emredici hükümlere aykırı olmamak şartıyla, şirket sözleşmesine diledikleri kayıtları koyabilirler.

■ Sözleşmesi kanuni şekilde yapılmamış veya sözleşmeye konması zorunlu olan kayıtlardan biri veya bazıları eksik yahut geçersiz olan bir kollektif şirket, adi şirket hükmündedir. Sözleşme ortaklarca imzalanır ve noterde onaylanır.

■ 15 gün içinde Ticaret Sicil memurluğuna tescil talebinde bulunulur.

■ Şirket kuruluşu Ticaret Odası gibi meslek örgütlerine bildirilir.

■ Tescil öncesi defterler tasdik olmalıdır.

■ Taahhüt edilen sermaye; para, alacak, kıymetli evrak, menkul kıymet, gayrimenkuller, sınai haklar, kişisel emek, ticari itibar, ticari işletme, ticari mal olabilir.

■ Sermaye olarak konulan mal ve haklar para ile değerlendirilebilmeli ve başkalarına devri mümkün olmalıdır.

KOLLEKTİF ŞİRKETLERİN VERGİ MEVZUATI KARŞISINDA DURUMU

■ Her ortak için ayrı ayrı gelir vergisi mükellefiyetliği tescil edilmelidir. (adi ortaklık gibi, tescilden önce)

■ Şirket tüzel kişiliği adına KDV, Muhtasar Beyanname mükellefiyetliği tescil edilmelidir.

■ En geç tescil edildiği gün defterler tasdik edilmelidir.

KOLLEKTİF ŞİRKETLERİN TASFİYE İŞLEMLERİ ve TASFİYE MEMURUNUN GÖREVLERİ

■ Tasfiye sürecine giren kollektif şirketi tasfiye memuru temsil eder.

■ Tasfiye memuru ortak ya da dışarıdan atanmış kişi olabilir.

Tasfiye Memurunun Görevleri

■ Şirketin mal ve haklarının korunması için gerekli tedbiri alır.

■ Tasfiye başlangıç bilanço ve envanteri çıkarılır.

■ Tasfiye dönemine ait yasal defterleri tasdik ettirir ve tutar.

■ Tamamlanmamış işleri tamamlar.

■ Şirket aktifine kayıtlı tüm malları paraya çevirir.

■ Alacakların tahsili borçların ödenmesi

■ Tasfiye sonu bilanço düzenler.

■ Tasfiye sonu işlemleri tamamlar.

KOLLEKTİF ŞİRKETİN DAĞILMA (İNFİSAH) YA DA DAĞITMA (FESİH) NEDENLERİ

■ Konkordato ile sonuçlanmış olsa bile şirketin iflası.

■ Şirket sermayesinin tamamının veya üçte ikisinin kaybedilmesine rağmen, sermayenin tamamlanmasına veya geri kalan sermaye ile yetinmeye karar verilmemiş olması.

■ Şirketin diğer bir şirket ile birleşmesi.

■ Kanunda belirtilen süre içinde veya sonra şirketin tescil ve ilan yapılmamışsa, aradan ne kadar süre geçmiş olursa olsun, ortaklardan herhangi birinin istemi üzerine ve bu ortağın noter aracılığıyla diğer ortaklara uygun bir süreyi içeren ihtar göndermiş olması şartıyla mahkemece feshe karar verilmesi.

■ Ortaklardan birinin iflası,

■ Haklı sebepler (Haklı sebep, şirketin kuruluşuna yol açan fiili veya kişisel sebeplerin şirketin işletme konusunun elde edilmesini imkansız kılacak veya güçleştirecek şekilde ortadan kalkmış olmasıdır)

■ Sermaye koyma borcunun yerine getirilmemesi,

■ Ortaklardan birinin ölümü,(Şirket sözleşmesinde şirketin ölen ortağın mirasçılarıyla devam edeceğine ilişkin düzenleme yoksa, mirasçılarla diğer ortakların oybirliği ile verecekleri karar üzerine şirket bunların arasında devam edebilir.)

TURNUVA_1_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:57 PM Page 1

Mustafa Kemal Çolak / mcolak@ekonomist.com.tr

KKTC'ye turnuva dopingi

En önemli gelir kalemi turizmde turnuvalar, KKTC için önemli bir fırsat noktasına geldi. Dünya çapındaki organizasyonlar bir taraftan düşük sezonda tesislere önemli destek sağlarken, diğer yandan dünyanın dört bir tarafından gelen sporcular KKTC'nin tanınmasına katkı sunuyor. Son turnuvaya Yunanistan ve Ermenistan'dan da sporcular iştirak etti.

ARDA FINDIKOĞLU - AYDOĞAN TURAY - MARCO FORNASIR - GÜRDAL BÜYÜKGÜNGÖR

En önemli geçim kaynağı turizmi 12 aya yayma konusunda arayış içinde olan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) yeni gözde alan turnuvalar oldu. Ülkede, pokerden, tavlaya kadar düzenlenen uluslararası organizasyonların sayısı 30'u buldu. Konaklama ve uçak bedelleri de dahil bir oyuncunun ve yakınlarının bin 500 ile 2 bin dolar arasında gelir bıraktığı Ada turizminde, turnuvaların önemi gün geçtikçe artıyor.

KKTC'de özellikle ekim sonu ile başlayan ve mart ayına kadar devam eden düşük sezonun kurtarıcısı olan turnuvalarda en çok yatırımı Merit Grubu gerçekleştiriyor. 10'a yakın uluslararası organizasyon düzenleyen Merit Grubu, aynı zamanda iki ayrı başlık halinde tavla turnuvasına da imza atıyor. Ülkede ayrıca yaygın olan gazinoların da düzenlediği turnuvalar da sayıldığında yürütülen çalışma ciddi bir turizm hareketini oluşturuyor. Turnuvalara profesyonel katılımcıların yanı sıra aileleri ve yakınları da eşlik ediyor. Her bir turnuva için 500 ile bin arasında bir katılımcının KKTC'ye geldiği belirtiliyor.

Merit Park Hotel Genel Koordinatörü Aydoğan Turay, turnuva turizmine ilişkin şunları söyledi:

"Merit Park Hotel olarak dünyada tavla turnuvaları merkezi olmayı amaçlıyoruz. Kıbrıs'ın bitmeyen güneşi ve sunduğumuz imkanlar yabancı oyuncuların ilgisi çekiyor. Söz konusu oyuncuların büyük bölümü bu turnuvalar sayesinde Ada'ya ilk kez geliyor. Ülkelerine buradan güzel anılarla döndüklerinde, daha sonra tatil amaçlı geldiklerine de şahit oluyoruz. Bu turnuvaya katılım için 4 ay öncesinden müracaat eden oyuncular var. Bu durum, Kuzey Kıbrıs'ın tanıtımı açısından da başarılı bir girişim oluyor."

31 ülke katıldı

Dünya Tavla Federasyonu işbirliğiyle düzenlenen 2'nci Merit Açık Uluslararası Tavla Şampiyonası, 29 Ekim - 2 Kasım tarihleri arasında gerçekleştirildi. Turnuvada 31 ülkeden 306 profesyonel oyuncu 9 ayrı kategoride mücadele etti. Yakınları ile birlikte turnuvaya katılımcın sayısı 600'ü buldu. Toplam 214 bin Euro ödülün dağıtıldığı KKTC Girne'deki Merit Park Hotel'de düzenlenen turnuvada şampiyonu Yunanistanlı bir sporcu oldu. Bu noktada belirtmekte yarar var, Yunanistan'ın yanı sıra KKTC'ye daha önce hiç turist olarak gelmemiş Ermenistan vatandaşlarından da 15 kişinin Lefkoşe'ye özel izin ile giriş yaptığını söyleyelim. Yine Japonya'dan, Brezilya'ya çok değişik coğrafyalardan sporcu turnuvada yer aldı.

İTÜ'LÜ turnuva organizatörü

Eğitimini TED Ankara Koleji ve ardından İTÜ İnşaat Fakültesi'nde tamamlayan Arda Fındıkoğlu, 1999'dan beri profesyonel tavla sporcusu. Uluslararası birçok organizasyonda önemli başarıları var. 2001 yılından itibaren de Türkiye'de tavla turnuvaları düzenliyor. Mogel Organizasyon çatısı altında bugüne kadar 200'e yakın turnuvaya imza atan Fındıkoğlu, organizasyonlara katılan oyuncuların uçak ve konaklama bedellerini kendilerinin ödediğini ve bir katılım ücreti ile turnuvalara dahil olduklarını belirterek, "Bu durum turnuva turistini çok cazip, farklı bir yere oturtuyor. Cebinden para harcayarak hem hobisi için ortam sağlıyor, hem de tatil yapıyor. En büyük farklarından birini de aileleri ve yakınları ile turnuvalara iştirak etmeleri" diyor.

VERGI_1_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:58 PM Page 1

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Kasım 2014 Pazartesi	
	● 16-31 Ekim 2014 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
11 Kasım 2014 Salı	
	● 16-31 Ekim 2014 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
14 Kasım 2014 Cuma	
	● 2014 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı
	● 2014 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı
17 Kasım 2014 Pazartesi	
	● 2014 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Gelir Geçici Vergisinin Ödemesi
	● 2014 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Kurum Geçici Vergisinin Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
20 Kasım 2014 Perşembe	
	● Ekim 2014 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	Ekim 2014 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	Ekim 2014 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
24 Kasım 2014 Pazartesi	
	● Ekim 2014 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
	● Ekim 2014 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı
25 Kasım 2014 Salı	
	● 1-15 Kasım 2014 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisi Beyanı ve Ödemesi
	● 1-15 Kasım 2014 Dönemine ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
26 Kasım 2014 Çarşamba	
	● Ekim 2014 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi
1 Aralık 2014 Pazartesi	
	● Yıllık Gelir Vergisi Beyannamelerinde, Toplam Gelir İçindeki Zirai Kazançları %75 ve Daha Yüksek Oranda Olanlar İçin 1. Taksit Ödemesi
	● Veraset ve İntikal Vergisi 2. Taksit Ödemesi
	● 2014 Yılı Emlak Vergisi 2. Taksit Ödemesi
	● 2014 Yılı Çevre Temizlik Vergisinin 2. Taksit Ödemesi
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
	● Ekim 2014 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

TALEP_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 6:02 PM Page 1

15 Yurtdışından işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) ekim ayı boyunca farklı ülkelerden işbirliği teklifleri geldi. Karadağ'dan Arjantin'e, Rusya'dan Hindistan'a dünyanın farklı ülkelerinden gelen 15 işbirliği teklifini sizler için derledik.

1 HİNDİSTAN

Firma Adı: SCPL
Yetkili Kişi: Pavan Dwivedi/ Asst. Manager
Tel: 91.2143.262025;
Firma, kabuksuz/ doğal susam çekirdeği ve yeni mahsul Hint kökenli nohut satmak istediğini bildiriyor.

2

Firma Adı: Devi Enterprises
Yetkili Kişi: vijay nair /Managing Director
Tel: 91.99.47119810;
e-mail: trvnair77@gmail.com;
web: www.devienterprises.info
Firma, yemeklik ve pişirmelik rafine ayçiçek yağı almak isteyen firmalarla bağlantı kurmak istediklerini bildiriyor.

3 KARADAĞ

Firma Adı: Melesia Valtur
Tel: 355.68.2057391;
e-mail: malesavaltur@hotmail.com
Karadağ ve Arnavutluk'ta faaliyette bulunan firma, ayda 150- 180 ton mangal kömürü ve yakacak odun satmak istediğini bildiriyor. Söz konusu teklif, T.C. Podgorica Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği aracılığıyla gönderildi.

4

Firma Adı: Cungu & Co
Adres: Totosi bb 85360 Ulcinj MONTENEGRO
Tel: 382.30.411; **Faks:** 382.30.412;
e-mail: info@cungu.com;
web: www,cungu.com
Firma, Türkiye'den küçük ev aletleri satın almak istiyor.

5 İNGİLTERE

Firma Adı: Özerlat UK Ltd.
Adres: 41 Moore House, Cassillis Road, London E14 9LN, United Kingdom
Yetkili Kişi: İley Özerlat-Gündüz
Tel: 44.(0)7.629 2502;
e-mail: info@ozerlat.com
Londra'da ikamet eden Türk firması, kendi üretimleri olan kahve ürünlerini İngiltere piyasasında sattıklarını belirterek, kahvenin yanında İngiltere'de satmak üzere lokum ve baklava ithal etmek istediklerini ve Türkiye'de lokum ve baklava üreten şirketlerle bağlantı kurmak istediklerini bildiriyor.

6 İTALYA

Kayıt Tarihi: 13.10.2014
Firma Adı: Italtherm Srl
Yetkili Kişi: Roberto Marconi/ Export Manager
Tel: 39.0523.575611;
e-mail: r.marconi@italtherm.it
Evsel kullanım için gaz kazanı ve yoğuşmalı kazan üreticisi olan firma, ürünlerini Türkiye pazarında satmak üzere bu alanda faaliyet gösteren ithalatçı firmalarla ve bayilerle işbirliği yapmak istediğini bildiriyor.

7 RUSYA

Firma Adı: RUSYA FEDERASYONU TÜRKİYE TİCARET TEMSİLCİLİĞİ
Adres: Atatürk Bulvarı, No.106, Kavaklıdere / ANKARA
Tel: 90.312.4254690; **Faks:** 90.312.4252090;
e-mail: rustradeturk@yandex.ru

TALEP_2_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 6:02 PM Page 2

Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği'nden TOBB'a gönderilen bir yazıda, Rusya Federasyonu'nun içinde yer alan Çuvaşya Cumhuriyetinde faaliyet gösteren ve aşağıda sektörleri ile web sayfaları belirtilen firmaların Türkiye ile işbirliği yapmak istediği bildirildi. Temsilcilik yazısında, ilgilenenlerin kendilerine başvurabilecekleri belirtiliyor. Sanayi ve tarım araçları: Traktornıye Zavodı http://www.tplants.com/en/ , Metallpartner http://mpchb.ru/en ; Elektrik cihazları: Ekra http://www.ekra.ru/en/ , İzva http://izva.ru/english/ ,Çeaz http://www.cheaz.ru/en/ ,Hevel http://www.hevelsolar.com/en/ ;Kimya ürünleri: Himprom http://www.himprom.com/en/ ; Teknik ürünleri: Çapayev http://www.chapaew.ru/default.aspx?type=en ; Gübre: Avgust http://www.avgust.com/en/company/ ;Boyalar: Elkon http://elconcoatings.com/ , Spektr http://spectr-en.chb.ru/ ;Tekstil ürünleri: Lenta http://www.lentacheb.ru/ ; Şeker ve çikolata: Akkond http://eng.akkond.ru/ ; Ticaret donatımı: Çuvaştorgteh http://eng.torgtech.ru/

8

Firma Adı: Ishim Winery and Distillery Plant
Adres: Atatürk Bulvarı, No.106, Kavaklıdere / ANKARA
Tel: 90.312.4254690; **Faks:** 90.312.4252090;
e-mail: rustradeturk@yandex.ru
Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği'nden TOBB'a gönderilen bir yazıda, Ishim Winery isimli şarap fabrikasının Türkiye ile işbirliği yapmak istediği bildiriliyor. Temsilcilik yazısında, ilgilenenlerin kendilerine de başvurabilecekleri belirtiliyor.

9

Firma Adı: Jurgen LLC
Yetkili Kişi: Alexander Amonsky/ managing partner
Tel: 7.953.435 92 61; **e-mail:** enrd@bk.ru
Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği'nden TOBB'a gönderilen bir yazıda, yeni bir çeşit jeneratör üreten "Jurgen LLC" firmasının Türkiye ile işbirliği yapmak istediği bildiriliyor. Temsilcilik yazısında, ilgilenenlerin kendilerine de başvurabilecekleri belirtiliyor.

10

Firma Adı: KEAZ
Yetkili Kişi: Alexei Valkov
Tel: 4712.39.9911;
e-mail: avalkov@keaz.ru; **web:** www.keaz.ru
Sigorta, MCBs ve MCBBs gibi düşük voltajlı cihaz üreticisi olan firma, Rus pazarında KEAZ markası adı altında satmak üzere voltaj rölesi, zaman rölesi gibi cihazlar almak istediklerini bildiriyor.

11 YUNANİSTAN

Firma Adı: model line
Adres: parasiyou 16 komotini gumulcine, 69100
Yetkili Kişi: Cevat Demir
Tel: 30.697.4835530;
e-mail: modelshoes@hotmail.com;
web: www.modelline.eu
Firma, kivi ihraç etmek istediğini bildiriyor.

12 PAKİSTAN

Firma Adı: M.MUHAMMAD SHAFI&CO.
Adres: Plot No. 50 Sector 7-A Korangi Industrial Area | KARACHI - PAKISTAN
Tel: 92.21.35061151; **Faks:** 92.21.35116500;
e-mail: sales2@mshafico.com;
web: www.mshafico.com
Ayakkabı ve deri eşyalar için işlenmiş deri (finished Lamb/Sheep Skins) alanında uzmanlaşmış olan firma, bu alanda tecrübesi olan ve deriden iyi anlayan Türk acenteleriyle bağlantı kurarak işbirliği yapmak istediğini bildiriyor.

13 BULGARİSTAN

Firma Adı: SM-bizforsale
Adres: 1220 Sofia-Bulgaria Blvd.\"Rozhen\" 2B
Yetkili Kişi: Maksim Minkov
Tel: 359 .2.836 75 43; **Faks:** 359.2.936 09 68;
e-mail: office@sm-bizforsale.eu;
web: www.sm-bizforsale.eu
Personelinin 50% si Türkçe konuşan, piller, ev işlerinde kullanılan kimyasallar, parfümeri ve oto kozmetik ürünleri sektörüne hizmet veren fabrikanın Türk yatırımcılara satılmasının düşünüldüğü bildiriliyor. - Yeri Sofya'ya 260 kilometre uzaklıkta Tuna nehri boyunda Nikopol (Niğbolu) şehrinde olan fabrikada, Avrupa Birliği üyesi olarak Bulgaristan'da üretilen ve tüm ticaret malları Avrupa'ya KDV'siz ve gümrüksüz gönderiliyor. Fabrikanın bulunduğu yerinin cazip olduğu ifade ediliyor. İstanbul'dan 600 kilometre uzaklıkta, Bulgaristan'ı Romanya ve Avrupa'yla bağlayan feribot fabrikaya 500 metre, Tuna üzerindeki ulaşım Almanya, Hamburg'la, diğer yönü ise Türkiye, Ukrayna ve Rusya ile fabrikayı bağlıyor. Fabrika, birbirinden 300 metre ara ile üç şantiye üzerine kurulmuş durumda. Birincisi üzerinde otel, ikincide depolar ve üçüncüsünde fabrika bulunuyor. Binaların mekan alanı 11 bin m2'yi aşıyor, arazisi de 20 bin m2'nin üzerinde, kendi trafosu mevcut ve binaların hepsi asfalt yol ile bağlı. İlgilenen yatırımcıların Bulgaristan'da özelleştirme ve şirket satışları konusunda uzman olan ve iletişim bilgileri verilen kuruluşla bağlantı kurmaları gerekiyor.

14 ARJANTİN

Firma Adı: Ventas Dersa S.A.
Adres: Juan Bautista Alberdi 2.939 (CABA), Juan Bautista Alberdi 3.127 (CABA), Juan Bautista Alberdi 3.242 CABA), 1406 Buenos Aires-Argentina
Tel: 54.11 .4611-4727;
e-mail: ventas@dersa-sa.com.ar;
web: www.dersa-sa.com.ar
Firma, duvar ve yer karosu ve seramiği, fırın, ocak ithal etmek istediğini bildiriyor. Söz konusu talep TOBB'a T.C. Buenos Aires Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği vasıtasıyla iletildi.

15

Firma Adı: Néstor Daniel Baldomá
Yetkili Kişi: Néstor Daniel Baldomá
Tel: 54.236.4446489;
e-mail: nestorbaldoma@gmail.com
Firma, süttozu ithal etmek istediğini bildiriyor. Söz konusu talep T.C. Buenos Aires Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği vasıtasıyla iletildi.

FUAR_2_EKO_girisim_EKIM.qxp:EKO_girisim_fuar 11/7/14 6:06 PM Page 1

YURTDIŞI FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi		Konusu	Yeri	
PITTI IMAGINE	07 Ocak 2014	10 Ocak 2014	Hazir giyim	FLORANSA	İTALYA
DOMOTEX HANNOVER	11 Ocak 2014	14 Ocak 2014	Hali ve yer döşemeleri	HANNOVER	ALMANYA
INTERMAT MIDDLE EAST	14 Ocak 2014	16 Ocak 2014	Hafriyat, inşaat makineleri ve malzemeleri	ABU DHABİ	BAE
THE CHINE FUR & LEATHER PRODUCTS FAIR	14 Ocak 2014	17 Ocak 2014	Deri işleme ve sanayi makineleri	PEKİN	ÇİN
PREMIERE VISION NEW YORK	14 Ocak 2014	15 Ocak 2014	Tekstil	NEW YORK	ABD
VICENZAORO WINTER	18 Ocak 2014	23 Ocak 2014	Kuyumculuk ve mücevherat	VİCENZA	İTALYA
WINTER FANCY FOOD	19 Ocak 2014	21 Ocak 2014	Gida	SAN FRANS.	ABD
COLOMBIATEX DE LAS AMERICAS	21 Ocak 2014	23 Ocak 2014	Tekstil	MEDELLIN	KOLOMBİYA
TEXWORLD	21 Ocak 2014	23 Ocak 2014	Tekstil	NEW YORK	ABD
PREMIERE VISION SAO PAULO	22 Ocak 2014	23 Ocak 2014	Tekstil	SAO PAULO	BREZİLYA
THE LONDON TEXTILE	22 Ocak 2014	23 Ocak 2014	Tekstil	LONDRA	İNGİLTERE
WHOS NEXT PRET A PORTER	25 Ocak 2014	28 Ocak 2014	Hazir giyim	PARİS	FRANSA
ISM 2014	26 Ocak 2014	29 Ocak 2014	Bisküvi, çukulata, şekerleme	KÖLN	ALMANYA
ARAB HEALTH ULUSLARARASI SAĞLIK FUARI	27 Ocak 2014	30 Ocak 2014	Sağlik ekipmanlari ve medikal malz.	DUBAİ	BAE
12 TH EXHIBITION OF FURNITURE INDUSTRY (MEDEX)	28 Ocak 2014	31 Ocak 2014	Ev, ofis mobilya ve aksesuarlari mak.	TAHRAN	İRAN
MUNICH FABRIC START	02 Şubat 2014	04 Şubat 2014	Kumaş ve aksesuarlari	MÜNİH	ALMANYA
FRUIT LOGISTICA	05 Şubat 2014	07 Şubat 2014	Yaş meyve sebze	BERLİN	ALMANYA
MAFPEX NIGERIA 2014	06 Şubat 2014	08 Şubat 2014	Tarim ve gida paketleme ve işleme ma.	LAGOS	NİJERYA
AMBIENTE	07 Şubat 2014	11 Şubat 2014	Mutfak ve ev eşyalari	FRANKFURT	ALMANYA
4.MACHINEX	9 Şubat 2014	12 Şubat 2014	Her türlü makina ve paketleme ambalaj	CİDDE	S.ARABİSTAN
PURE LONDON	9 Şubat 2014	11 Şubat 2014	Tekstil	LONDRA	İNGİLTERE
PRODEXPO 2014	10 Şubat 2014	14 Şubat 2014	Gida içecek	MOSKOVA	RUSYA
TÜRKMENİSTAN TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI	11 Şubat 2014	13 Şubat 2014	Genel ticaret	AŞKABAT	TÜRKMEN..
MIDDLE EAST ELECTRICITY	11 Şubat 2014	13 Şubat 2014	Enerji	DUBAİ	BAE
INDIA STONA 2014	12 Şubat 2014	15 Şubat 2014	Doğal taş ve makineleri, doğal taş ekip.	BANGALORE	HİNDİSTAN
BIOFACH 2014-WORLD ORGANIC TRADE FAIR	12 Şubat 2014	15 Şubat 2014	Organik ürünler	NÜRNBERG	ALMANYA
INHORGENTA MUNİH 2014	14 Şubat 2014	17 Şubat 2014	Değerli maden ve mücevherat	MÜNİH	ALMANYA
PREMIERE VISION PARIS	18 Şubat 2014	20 Şubat 2014	Kumaş	PARİS	FRANSA
VITORIA STONE FAIR	18 Şubat 2014	21 Şubat 2014	Doğal taş ve ekipmanlari	ESPIRITO S.	BREZİLYA
42. TEXTILLEGPROM	18 Şubat 2014	21 Şubat 2014	Tekstil	MOSKOVA	RUSYA
18.ADDIS TİCARET ODASI FUARI	20 Şubat 2014	26 Şubat 2014	Genel ticaret	ADDİS A.	ETİYOPYA
AALF - ALL AFRICAN LEATHER FAIR	20 Şubat 2014	22 Şubat 2014	Deri ve ayakkabi	ADDİS A.	ETİYOPYA
GULFOOD	23 Şubat 2014	27 Şubat 2014	Gida, gida paketleme, işleme	DUBAİ	BAE
CPM-COLLECTION PREMIERE MOSCOW	25 Şubat 2014	28 Şubat 2014	Hazir giyim, iç giyim, deri konfeksiyon	MOSKOVA	RUSYA
ALGER FASHION	27 Şubat 2014	01 Mart 2014	Moda hazir giyim	CEZAYİR	CEZAYİR
BALKAN TEKSTİL	27 Şubat 2014	01 Mart 2014	Tekstil hazir giyim	NOVİ PAZAR	SIRBİSTAN
AGRO FOOD BENGHAZI	02 Mart 2014	5 Mart 2014	Gida, gida makineleri ve teknolojileri	BİNGAZİ	LİBYA
MICAM SHOEVENT-I	02 Mart 2014	05 Mart 2014	Ayakkabi	MILANO	İTALYA
ECOWAS TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI	03 Mart 2014	05 Mart 2014	Genel ticaret	LAGOS	NİJERYA
FOODEX JAPAN	04 Mart 2014	07 Mart 2014	Gida ve içecek	CHİBA	JAPONYA
HONG KONG INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW	05 Mart 2014	09 Mart 2014	Mücevherat	HONG KONG	ÇİN
XIAMEN INTERNATIONAL STONE FAIR	06 Mart 2014	09 Mart 2014	Doğaltaş	XIAMEN	ÇİN
ERBİL AUTOSHOW	06 Mart 2014	09 Mart 2014	Otomotiv, otomotiv yan sanayi	ERBİL	IRAK
IWA 2014 FUARI	07 Mart 2014	10 Mart 2014	Ateşli silah ve parçaları, avcilik ekip.	NÜRNBERG	ALMANYA
THE BIG SHOW SUUDI ARABISTAN	09 Mart 2014	12 Mart 2014	Yapi malzemeleri	CİDDE	S.ARABİSTAN
JEC EUROPE	11 Mart 2014	13 Mart 2014	Kompozit malzemeleri ve teknolojileri	PARİS	FRANSA
CABSAT	11 Mart 2014	13 Mart 2014	Telekomünikasyon	DUBAİ	BAE
BUDMA, BUMASZ, GLASS AND CBS, KOMINKA 2014	11 Mart 2014	14 Mart 2014	İnşaat, spor tesisleri ve spor ekipmanlari	POZNAN	POLONYA
MTKT INNOVATION 2014	12 Mart 2014	15 Mart 2014	Mobilya, mobilya yan sanayi, ev tekstili	KİEV	UKRAYNA
EXPO ANTAD	12 Mart 2014	14 Mart 2014	Genel ticaret	GUADALAJ.	MEKSİKA
53rd CAIRO FASHION & TEX	13 Mart 2014	16 Mart 2014	Moda, hazir giyim, aksesuarlar ve tekstil	KAHİRE	MISIR
ULUSLARARASI KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ	13 Mart 2014	16 Mart 2014	Kozmetik ürünleri, parfümeri, cilt bakim	ERBİL	IRAK
WEDDING FASHION MOSCOW	14 Mart 2014	16 Mart 2014	Gelinlik vedamatlik	MOSKOVA	RUSYA
INTERNATIONAL HOME AND HOUSEWARES SHOW	15 Mart 2014	18 Mart 2014	Mutfak ve ev eşyalari	ŞİKAGO	ABD
REBUILD BENGHAZI	16 Mart 2014	19 Mart 2014	Yapi ve inşaat	BİNGAZİ	LİBYA
THE BIG SHOW UMMAN	17 Mart 2014	20 Mart 2014	Yapi malzemeleri	MUSKAT	UMMAN
CIFF HOME FURNITURE	18 Mart 2014	22 Mart 2014	Mobilya	GUANGZHOU	ÇİN
FEICON BATIMAT	18 Mart 2014	22 Mart 2014	Yapi,inşaat	SAO PAULO	BREZİLYA
PROWEIN	23 Mart 2014	25 Mart 2014	Şarap ve alkollü içecekler	DÜSSELDORF	ALMANYA
MOSSHOES AYAKKABI FUARI	24 Mart 2014	27 Mart 2014	Ayakkabi, çanta ve aksesuarlari	MOSKOVA	RUSYA
DOMOTEX ASIA CHINAFLOOR	25 Mart 2014	27 Mart 2014	Hali ve yer döşemeleri	SANGAY	ÇİN
CHIC	26 Mart 2014	29 Mart 2014	Hazir giyim	PEKİN	ÇİN
INTERBUILD EXPO 2014	26 Mart 2014	29 Mart 2014	İnşaat	KİEV	UKRAYNA
EXPOCOMER	26 Mart 2014	29 Mart 2014	Genel ticaret	PANAMA	PANAMA
AUTOMOTIVE TECHNOLOGY FAIR 2014	27 Mart 2014	30 Mart 2014	Otomotiv, yedek parça	POZNAN	POLONYA
8. HOMEDECO	29 Mart 2014	31 Mart 2014	Ev tekstili ürünleri	ALMATI	KAZAKİSTAN
ALIMENTARIA	31 Mart 2014	03 Nisan 2014	Gida ve içecek	BARSELONA	İSPANYA
APLF HONG KONG	31 Mart 2014	02 Nisan 2014	Her türlü deri ve hammaddeleri, deri mak.	HONG KONG	ÇİN
AUTOMEC PESADOS & COMERCIAIS	01 Nisan 2014	05 Nisan 2014	Otomotiv	SAO PAULO	BREZİLYA
SIAL CANADA	02 Nisan 2014	04 Nisan 2014	Gida	MONTREAL	KANADA
COSMOPROF	04 Nisan 2014	07 Nisan 2014	Kozmetik	BOLOGNA	İTALYA
ENERGY	07 Nisan 2014	11 Nisan 2014	Elektromekanik	HANNOVER	ALMANYA

Fuar	Tarihi		Konusu	Yeri	
HANNOVER MESSE	07 Nisan 2014	11 Nisan 2014	Sanayi	HANNOVER	ALMANYA
INDUSTRIAL SUPPLY	07 Nisan 2014	11 Nisan 2014	Döküm ürünleri	HANNOVER	ALMANYA
FOOD AND HOTEL ASIA 2014	08 Nisan 2014	11 Nisan 2014	Gida,gida işleme ve otel ekipmanlari	SİNGAPUR	SİNGAPUR
SEEBE	08 Nisan 2014	12 Nisan 2014	Yapi inşaat	BELGRAD	SIRBİSTAN
INTERSTROYEXPO 2014	09 Nisan 2014	12 Nisan 2014	İnşaat ve yapi malzemeleri	ST. PETERSB.	RUSYA
AQUA-THERM ST. PETERSBURG 2014	09 Nisan 2014	12 Nisan 2014	Isitma, soğutma, iklimlendirme	ST. PETERSB.	RUSYA
AFGANİSTAN ULUSLAR ARASI TİCARET FUARI	14 Nisan 2014	28 Nisan 2014	Genel ticaret	KABİL	AFGANİSTAN
V. INTERNATIONAL MEDICAL FORUM	15 Nisan 2014	17 Nisan 2014	Medikal ve tibbi ekipmanlar	KİEV	UKRAYNA
HONG KONG HOUSEWARE FAIR 2013	20 Nisan 2014	23 Nisan 2014	Ev ve mutfak eşyalari, elektrikli aletler	HONG KONG	ÇİN
DJAZAGRO	21 Nisan 2014	24 Nisan 2014	Gida ambalaj	CEZAYİR	CEZAYİR
18. ELCOM UKRAINE 2014	22 Nisan 2014	25 Nisan 2014	Elektrik, aydinlatma	KİEV	UKRAYNA
COVERINGS	29 Nisan 2014	02 Mayis 2014	Doğaltaş	LAS VEGAS	ABD
BATIMATEC	04 Mayis 2014	8 Mayis 2014	Yapi inşaat	CEZAYİR	CEZAYİR
LAGOS MOTOR FAIR & NIGERIA AUTOPARTS EXPO	04 Mayis 2014	07 Mayis 2014	Otomotiv yan sanayi	LAGOS	NİJERYA
IFAT ENTSORGA 2014	05 Mayis 2014	09 Mayis 2014	Su, atik su, geri dönüşüm ve çevre tekn.	MÜNİH	ALMANYA
APAS	05 Mayis 2014	08 Mayis 2014	Gida	SAO PAULO	BREZİLYA
SEAFOOD EXPO GLOBAL	06 Mayis 2014	08 Mayis 2014	Su ürünleri	BRÜKSEL	BELÇİKA
SICRE (SCS & VETECO)	07 Mayis 2014	10 Mayis 2014	Yapi inşaat	MADRİD	İSPANYA
INTERPACK 2014	08 Mayis 2014	14 Mayis 2014	Ambalaj malzemeleri ve ambalaj mak.	DÜSSELDORF	ALMANYA
PROJECT QATAR, QATAR STONE TECH, HEAVY MAX 2014	12 Mayis 2014	15 Mayis 2014	İnşaat malzeme ve teknolojileri, doğaltaş	DOHA	KATAR
SEOUL FOOD AND HOTEL 2014	13 Mayis 2014	16 Mayis 2014	Gida ve otel ekipmanlari	SEUL	GÜNEY KORE
SIAL CHINA 2014 GIDA VE İÇECEK FUARI	13 Mayis 2014	15 Mayis 2014	Gida ürünleri, içecekler ve ikram	ŞANGHAY	ÇİN
ERBİL MACHINEX	14 Mayis 2014	17 Mayis 2014	Makina, makina ekipm. ve aksamlari	ERBİL	IRAK
ERBİL BUILDING	14 Mayis 2014	17 Mayis 2014	Yapi-inşaat, belediye ekipmanlari	ERBİL	IRAK
SIPSA-AGROFOOD	15 Mayis 2014	18 Mayis 2014	Tarim	CEZAYİR	CEZAYİR
INGETREX TANZANYA	15 Mayis 2014	17 Mayis 2014	Genel ticaret	DARÜSSEL.	TANZANYA
INDEX	19 Mayis 2014	22 Mayis 2014	Mobilya ve dekorasyon	DUBAİ	BAE
SAUDI HEALTH	19 Mayis 2014	21 Mayis 2014	Sağlik ekipmanlari	RİYAD	S.ARABİSTAN
17.LESHOW	20 Mayis 2014	22 Mayis 2014	Deri ve kürk konfeksiyon, ham deri	MOSKOVA	RUSYA
ROOMS MOSCOW - MIFS 2014	20 Mayis 2014	24 Mayis 2014	Her türlü mobilya, iç-dis dekorasyon	MOSKOVA	RUSYA
PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL 2014	20 Mayis 2014	21 Mayis 2014	Özel tüketim mallari, gida	AMSTERDAM	HOLLANDA
CARTHAGE 2014	21 Mayis 2014	25 Mayis 2014	Yapi teknolojileri, inşaat malzemeleri	TUNUS	TUNUS
CAUCASUSBUILD	21 Mayis 2014	24 Mayis 2014	Yapi ve yapi malzemeleri, mobilya	TİFLİS	GÜRCİSTAN
THAIFEX	21 Mayis 2014	25 Mayis 2014	Gida, içecek, gida teknolojileri, otel	BANGKOK	TAYLAND
SHOES LEATHER GUANGZHOU	27 Mayis 2014	29 Mayis 2014	Deri işleme ve sanayi makineleri	GUANGZHOU	ÇİN
FIA	28 Mayis 2014	02 Haziran 2014	Genel ticaret	CEZAYİR	CEZAYİR
POSIDONIA 2014	02 Haziran 2014	06 Haziran 2014	Gemi, gemi makineleri ve teknolojileri	ATİNA	YUNANİSTAN
AUTEMECHANIKA DUBAI	03 Haziran 2014	05 Haziran 2014	Otomotiv	DUBAİ	BAE
FISPAL TECHNOLOGIA	03 Haziran 2014	06 Haziran 2014	Ambalaj, paketleme ve gida teknolojileri	SAO PAULO	BREZİLYA
EUROSATORY	16 Haziran 2014	20 Haziran 2014	Savunma sanayii	PARİS	FRANSA
ASHGABAT EXPO BUILD 2014	19 Haziran 2014	21 Haziran 2014	Yapi-inşaat ve yan sanayi, güvenlik	AŞKABAT	TÜRKMEN.
JUNE HONG KONG JEWELLERY AND GEM FAIR	19 Haziran 2014	22 Haziran 2014	Değerli maden mücevherat	HONG KONG	ÇİN
AFRICA'S BIG SEVEN 2014	22 Haziran 2014	24 Haziran 2014	Gida ve teknolojileri, firincilik, paketleme	JOHANNESB.	G. AFRİKA
EXPOSTONE 2014 MOSKOVA	24 Haziran 2014	27 Haziran 2014	Maden ve doğal taş	MOSKOVA	RUSYA
FISPAL FOOD SERVICE & SIAL BRAZIL	24 Haziran 2014	27 Haziran 2014	Gida	SAO PAULO	BREZİLYA
PREMIERE VISION SAO PAULO	10 Temmuz 2014	11 Temmuz 2014	Tekstil	SAO PAULO	BREZİLYA
ULUSLARARASI LUANDA FUARI	15 Temmuz 2014	20 Temmuz 2014	Genel ticaret	LUANDA	ANGOLA
PREMIERE VISION NEW YORK	22 Temmuz 2014	23 Temmuz 2014	Tekstil	NEW YORK	ABD
TEXWORLD	22 Temmuz 2014	24 Temmuz 2014	Tekstil	NEW YORK	ABD
FEBRATEX	12 Ağustos 2014	15 Ağustos 2014	Tekstil	BLUMENAU	BREZİLYA
10.INTERAUTO	28 Ağustos 2014	31 Ağustos 2014	Otomotiv ana ve otomotiv yan sanayi	MOSKOVA	RUSYA
MICAM SHOEVENT-II	31 Ağustos 2014	03 Eylül 2014	Ayakkabi	MILANO	İTALYA
CPM-COLLECTION PREMIERE MOSCOW	03 Eylül 2014	06 Eylül 2014	Hazir giyim, iç giyim, deri konfeksiyon	MOSKOVA	RUSYA
BUILDMACEX NIGERIA 2014	09 Eylül 2014	11 Eylül 2014	Yapi-inşaat, inşaat malzemeleri	LAGOS	NİJERYA
SMM	09 Eylül 2014	12 Eylül 2014	Gemi makineleri	HAMBURG	ALMANYA
THE BIG 5 CONSTRUCT INDIA	11 Eylül 2014	13 Eylül 2014	YAPI ve YAPI MALZEMELERİ	BOMBAY	HİNDİSTAN
54th CAIRO FASHION & TEX	11 Eylül 2014	14 Eylül 2014	Moda, hazir giyim, aksesuarlar ve tekstil	KAHİRE	MISIR
WORLD FOOD MOSCOW 2014	15 Eylül 2014	18 Eylül 2014	Genel gida, süt ve süt ürünleri,	MOSKOVA	RUSYA
ELECTRA MINING AFRICA 2014	15 Eylül 2014	19 Eylül 2014	Makineler, elektrik-elektronik tekn.	JOHANNESB.	G. AFRİKA
THE BIG 5 KUWAIT	22 Eylül 2014	24 Eylül 2014	İnşaat, su teknolojileri ve havalandirma	KUVEYT	KUVEYT
43.TEXTILLEGPROM	23 Eylül 2014	26 Eylül 2014	Tekstil, giyim ve giyim aksesuarlari	MOSKOVA	RUSYA
MEKSİKA TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI	01 Ekim 2014	04 Ekim 2014	Genel ticaret	MEKSİKO C.	MEKSİKA
DESIGN LIVING TENDENCY	01 Ekim 2014	04 Ekim 2014	Ev tekstili	KİEV	UKRAYNA
CHILLVENTA 2014	14 Ekim 2014	16 Ekim 2014	İklimlendirme, isitma ve sihhi tesisat	NÜRNBERG	ALMANYA
IGATEX 2014	21 Ekim 2014	24 Ekim 2014	Tekstil ve konfeksiyon makineleri	LAHOR	PAKİSTAN
LAGOS FASHİON 2014	21 Ekim 2014	23 Ekim 2014	Her türlü bay, bayan,çocuk genç,	LAGOS	NİJERYA
MATELEC	28 Ekim 2014	31 Ekim 2014	Bilgi teknolojileri	MADRİD	İSPANYA
HKTDC HK INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR 2014	06 Kasim 2014	08 Kasim 2014	Şarap ve alkollü içecekler	HONG KONG	ÇİN
INGREDIENTS MIDDLE EAST	09 Kasim 2014	11 Kasim 2014	Gida katki maddeleri ve hammaddeleri	DUBAİ	BAE
AUTOMECHANIKA ARGENTINA	12 Kasim 2014	15 Kasim 2014	Otomotiv yedek parça	BUENOS AI.	ARJANTİN
EMBALLAGE	19 Kasim 2014	22 Kasim 2014	Ambalaj malzemeleri ve makineleri	PARİS	FRANSA
TÜRKMENİSTAN TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI	02 Aralik 2014	04 Aralik 2014	Genel ticaret	AŞKABAT	TÜRKMEN.

FUAR_2_EKO_girisim_EKIM.qxp:EKO_girisim_fuar 11/7/14 6:06 PM Page 2

Fuar	Tarihi		Konusu	Yeri
TeknoGAP Ticaret ve Teknolojileri	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Genel Sanayi ve Ticaret Ürünleri	Şanlıurfa
Rensef Yenilenebilir Enerji Sis. ve Enerji Verimliliği F.	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Rensef Yenilenebilir Enerji Sistemleri ve Enerji Verimliliği	Antalya
Göller Bölgesi-Yayla Şartlarında Tarım ve Hayvancılık	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Tarım ve Hayvancılık	Isparta
Mersin Otel Ekipmanları 2014	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Mersin Konaklama, Ağırlama Teknolojileri ve Malzemeleri Fuarı: Otel ,Otel Ekipmanları, Restoran, Havuz, Endüstriyel Temizlik, Bakım Onarım	Mersin
Mersin Turizm 2014- Mersin 2.Turizm ve Seyahat F.	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Turizm ve Seyahat	Mersin
Homeland Security 2014	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Güvenlik Teknolojileri Fuarı	İstanbul
Güzellik & Bakım 2014	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	25.Güzellik, ve Bakım, Saç, Kozmetik ve Parfümeri Fuarı: Güzellik, ve Bakım, Saç, Kozmetik ve Parfümeri	Ankara
7.Toyzeria Oyuncak, Lisans, Oyun Ve Oyun Ekip. F.	30 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Oyuncak, Lisans, Oyun ve Sektöründeki Her Şey	İstanbul
REHABTECH İstanbul 2014	31 Ekim 2014	02 Kasım 2014	Engelliler için Rehabilitasyon, Erişebilirlik Teknolojileri ve Uygulamaları	İstanbul
İstanbul Autoshow 2014 İstanbul 7. Otomobil Fuarı	31 Ekim 2014	09 Kasım 2014	Otomobil Ticari Araç, Aksesuar	İstanbul
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	01 Kasım 2014	02 Kasım 2014	Yurtdışı Eğitim	İstanbul
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	03 Kasım 2014	03 Kasım 2014	Yurtdışı Eğitim	İstanbul
Hastane İnşaat ve Yatırımları Kongre ve Fuarı	04 Kasım 2014	06 Kasım 2014	Hastane İnşaatları ve Altyapıları	İstanbul
MODEF EXPO 2014 Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	04 Kasım 2014	08 Kasım 2014	Mobilya ve Dekorasyon	Bursa
MODEKS 2014	04 Kasım 2014	09 Kasım 2014	Mobilya, 3.Dekorasyon ve Aksesuarları Fuarı: Ev Ofis Mobilyaları, Dekorasyon Üniteleri, Aydınlatma, Bölme, Sistemleri, Yer ve Zemin Döşemeleri, Aksesuarlar, İç Mimari Tasarım	Bursa
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	05 Kasım 2014	05 Kasım 2014	Yurt Dışı Eğitim	Ankara
8.Hac ve Umre Turizm Fuarı	05 Kasım 2014	06 Kasım 2014	Hac ve Umre Turizmine Yönelik Oteller, Turizm Acentaları ve Diğer Hizmet Sektörleri	İstanbul
TRANSIST 2014	05 Kasım 2014	07 Kasım 2014	5.İstanbul Ulaşım Teknolojileri, Araçları ve Ürünleri, Sistemleri Sempozyum ve Fuarı: İstanbul Ulaşım Teknolojileri, Araçları ve Ürünleri, Sistemleri Sempozyum ve Fuarı	İstanbul
Yadex 2014	05 Kasım 2014	08 Kasım 2014	10.Yapı, Dekorasyon, Tadilat ve Ekipman Fuarı: Yapı, Dekorasyon, Tadilat ve Ekipman	Muğla
Aymod 13.Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı	05 Kasım 2014	08 Kasım 2014	Ayakkabılar, Çantalar, Kemerler, Cüzdanlar, Kurum, Mümessillikler ve Dergiler	İstanbul
Eğitim, Eğitim Materyalleri ve Teknolojileri Fuarı	06 Kasım 2014	06 Kasım 2014	Eğitim, Eğitim Materyalleri ve Teknolojileri	Ankara
IFSEC İstanbul	06 Kasım 2014	08 Kasım 2014	2.Ulusal Güvenlik, Çalışma Güvenliği ve Sağlığı, Yangın Sistemleri Fuarı ve Zirvesi: Güvenlik, Yangın	İstanbul
Tarım, Seracılık, Hayvancılık ve Teknolojileri Fuarı	06 Kasım 2014	08 Kasım 2014	Tarım, Seracılık, Hayvancılık Makine ve Teknolojileri	Kahramanmaraş
Manisa 8.Tarım Gıda ve Hayvancılık Fuarı	06 Kasım 2014	09 Kasım 2014	Tarım, Gıda, Hayvancılık	Manisa
20.Yapı Fuarı - Turkeybuild İzmir 2014	06 Kasım 2014	09 Kasım 2014	Yapı, İnşaat Malzemeleri ve Teknolojileri	İzmir
Aşk ve Evlilik 2014	06 Kasım 2014	09 Kasım 2014	İstanbul Düğün Servisleri ve Ürünleri Fuarı	İstanbul
Domotex Middle East 2014 (3.)	06 Kasım 2014	09 Kasım 2014	Yer Döşemeleri, Halı ve Dokuma Makineleri, Teknolojileri,	İstanbul
Aydın Tarım Gıda ve Hayvancılık Fuarı	06 Kasım 2014	09 Kasım 2014	Tarım Gıda ve Hayvancılık	Aydın
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	07 Kasım 2014	07 Kasım 2014	Yurt Dışı Eğitim	İzmir
Eğitim, Eğitim Materyalleri ve Teknolojileri Fuarı	08 Kasım 2014	08 Kasım 2014	Eğitim, Eğitim Materyalleri ve Teknolojileri	İstanbul
Hometex 2014 Ev Tekstili ve Dekorasyon Fuarı	12 Kasım 2014	15 Kasım 2014	Ev Tekstili ve Dekorasyonu	İstanbul
Contemporary İstanbul Çağdaş Sanat Fuarı	12 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Çağdaş ve Güncel Sanat	İstanbul
ADANA TARIM FUARI 2014	12 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Tarım, Hayvancılık, Tavukçuluk, Süt Endüstrisi	Adana
ADANA SERA-BAHÇE FUARI 2014	12 Kasım 2014	16 Kasım 2014	8.Seracılık, Bahçecilik, Fidancılık, Tohumculuk, Çiçekçilik ve Teknolojileri Fuarı: Seracılık, Bahçecilik, Fidancılık, Tohumculuk, Çiçekçilik	Adana
Marathon Expo 2014	13 Kasım 2014	15 Kasım 2014	4.Spor ve Sağlıklı Yaşam Fuarı	İstanbul
Kentsel Dönüşüm ve Yapı Malzemeleri Fuarı	13 Kasım 2014	15 Kasım 2014	İnşaat Malzemeleri, Banyo, Mutfak, Seramik, Nalburiye, Hırdavat, Tesisat	Kahramanmaraş
22.Uluslararası Yapex	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Yapı-İnşaat Yenileme ve Restorasyon	Antalya
MERYAPI -Mersin 8.Yapı ve Emlak Fuarı	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	İnşaat Malzemesi, İş Makineleri, Dekorasyon, Gayrimenkul	Mersin
İnovasyon Türkiye, Yenilikçi Teknolojiler Zirvesi ve Fuarı	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Yenilikçi Teknolojiler ve Projeler	İstanbul
İnovasyon Türkiye, AR-GE Zirvesi ve Fuarı	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	AR-GE Projeleri	İstanbul
İnovasyon Türkiye, Üniversite Projeleri Zirvesi ve Fuarı	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Üniversite Projeleri	İstanbul
İnovasyon Türkiye, Patent Zirvesi ve Fuarı	13 Kasım 2014	16 Kasım 2014	Patentli Ürünler ve Projeler	İstanbul
33.Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı	15 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Kitap ve Süreli Yayınlar	İstanbul
ARTIST 2014 24.Uluslararası İstanbul Sanat Fuarı	15 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Sanat	İstanbul
IDF 2014 İstanbul 9.Deri Fuarı	18 Kasım 2014	20 Kasım 2014	Giysilik, Ham Deriler, Deri Konfeksiyon, Deri İşleme Makineleri, Finisaj, Kimyasallar	İstanbul
CNR Leather & Fur 2014 Fuarı	19 Kasım 2014	22 Kasım 2014	Deri, Deriden Mamül Ürünler ve Yan Sanayi	İstanbul
Ortadoğu Gıda 5.Gıda-Tek Fuarı 2014	19 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri, Unlu Mamuller, Soğutucular, Depolama, Paketleme ve Mağaza Market Ekipmanları	Diyarbakır
Ortadoğu 5.Mobilya ve Dekorasyon Fuarı 2014	19 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Mobilya, Dekorasyon Üniteleri, Aksesuarlar, Züccaciye, Beyaz Eşya	Diyarbakır
Uluslararası Logitrans Transport Lojistik Fuarı	20 Kasım 2014	22 Kasım 2014	Taşımacılık, Lojistik, Intermodal Uygulamalar, Depolama Telematik	İstanbul
3.Domatexpo Domates Yetiştiriciliği ve Teknoojileri Fuarı	20 Kasım 2014	22 Kasım 2014	Domates Üretimi ve Pazarlamasındaki Teknikler ve Teknolojiler	Antalya
CBS İzmir Kozmetik, Güzellik, Kişisel Bakım Fuarı	21 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Kozmetik, Güzellik, Kişisel Bakım, Kuaför Ekipman ve Malzemeleri	İzmir
Fashionist Abiye, Gelinlik ve Damatlık Fuarı	21 Kasım 2014	23 Kasım 2014	Abiye, Gelinlik ve Damatlık Üreten Firmaların Toptan Satışı	İstanbul
13.İstanbul Perakende Fuarı	26 Kasım 2014	27 Kasım 2014	Mağaza, Market, Alışveriş Merkezlerine Yönelik Ürün, Hizmetler ve Alışveriş Merkezleri Yatırımcıları	İstanbul
SİRHA-İSTANBUL 2014	27 Kasım 2014	29 Kasım 2014	Otel, Restoran ve Catering Sektörleri için Gıda, Ekipman ve Hizmetleri Fuarı	İstanbul
İstanbul Artbeat	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	Yerli Yabancı Firma, Galeri ve Şahısların Sanat Eserleri Sanata Destek Veren Sektörlerin Ürünlerinin Sergilenmesi	İstanbul
Maden Türkiye 2014	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	Maden Arama, İşletme ve Üretim Makine Ekipman ve Teknolojileri, İş Makineleri	İstanbul
Kauçuk 2014 İstanbul 8.Kauçuk Endüstrisi Fuarı	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	Kauçuk Endüstrisi	İstanbul
Belediye -Kent 2014	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	İş Makineleri, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri, Spor Tesisleri ve Ekipmanları, Arıtma ve Atık Yönetimi	İstanbul
Flower Show Türkiye 2014 Avrasya Bitki Fuarı	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	6.Uluslararası İstanbul Süs Bitkileri, Peyzaj ve Yan Sanayileri Fuarı: İç ve Dış Mekan Mevsimlik Süs Bitkileri ve Yan Sanayi	İstanbul
Otomotiv 2014	27 Kasım 2014	30 Kasım 2014	20.Uluslararası Otomotiv Yan Sanayi, Yedek Parça, Aksesuar ve Servis Ekipmanları Fuarı: Son Kullanıcıya Gelene Kadar Bir Otomobili Harekete Geçiren Tüm Parçalar	İstanbul
Hac, Umre ve Alternatif Turizmi Fuarı	28 Kasım 2014	30 Kasım 2014	Hac, Umre ve Alternatif Turizm Acenteleri	İstanbul
Pazarlama Fuarı 2014	03 Aralık 2014	04 Aralık 2014	Pazarlama	İstanbul
Growtech Eurasia 2014	03 Aralık 2014	06 Aralık 2014	14.Uluslararası Sera, Tarım Ekipmanları ve Teknolojileri Fuarı: Sera, Tarım Ekipmanları ve Teknolojileri	Antalya
ATRAX'14	04 Aralık 2014	06 Aralık 2014	3.Eğlence, Aktivite, Park Endüstrisi ve Hizmetleri	İstanbul
Bursa 13.Uluslararası Metal İşleme Teknolojileri Fuarı	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	Metal İşleme Makineleri, Kaynak, Kesme, Delme Teknolojileri, El Aletleri, Pnömatik, Hidrolik (Depolama ve İstifleme Özel Bölümü)	Bursa
Bursa 6.Saç İşleme Teknolojileri Fuarı 2014	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	Saç, Boru, Profil, İşleme Teknolojileri ve Yan Sanayileri	Bursa
BELEX 2014 Bursa	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	12.Uluslararası Elektrik, Elektronik, Otomasyon, Aydınlatma ve İletişim Fuarı: Elektrik, Elektronik, Otomasyon, Aydınlatma, İletişim	Bursa
Bursa 5.Hırdavat ve İş Güvenliği Fuarı	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	Hırdavat ve İş Güvenliği	Bursa
ICAT 2014 2.Yeni Fikirler, Yeni Buluşlar Fuarı	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	Fikirler, Buluşlar, Yeni Ürünler	Bursa
BORUTEK 2014	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	2. Boru ve Boru İşleme Teknolojileri Fuarı : Çelik, Boru Bükme, Kesme, Delme, Makineleri, Ham Maddeler, Çivi Makineleri, Tel Makineleri	Bursa
Travel Turkey İzmir "8.Turizm Fuar ve Konferansı"	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	Turizm Fuar ve Konferansı	İzmir
Plast Eurasia İstanbul 2014	04 Aralık 2014	07 Aralık 2014	24.Uluslararası İstanbul Plastik Endüstrisi Fuarı: Plastik Makineleri, Kimyasallar, Hammaddeler, Kalıp, Isı, Kontrol Cihazları, Hidrolik-Pnömatik	İstanbul

KOSE_1_EKO_girisim_KASIM.qxp:Layout 1 11/7/14 5:58 PM Page 1

Gülay Özkan
GEDS
www.gulayozkan.com
@gulayozkan

Dünya Sorunlarının Çözümü İçin Startuplara Bel Bağlamak

Kısa bir süre önce Amerikalı girişimci ve yatırımcı Bryan Johnson, 100 milyon dolarlık kişisel parasıyla, dünyanın önemli problemleri konusunda araştırma yapan ve çözüm arayan şirketlere yatırım yapacağını söyledi. Bu da beraberinde araştırma ve geliştirmenin risk sermaye şirketleri (Venture Capital-VC) tarafından desteklenme olasılığı üzerine tartışmalar başlattı. Özel sektörün bilimsel araştırmaları desteklemesi örneklerini Bell Labs'tan Google'a kadar birçok şirket ile gördük. Bell Labs örneği dışındakiler kendi hedeflerine yönelik araştırma yapıyor doğal olarak. Son yıllarda sosyal değişimin ana motoru startuplar gibi görünse de bu sadece yüzeydeki gerçek.

Akademisyenlerin özel sektöre göçü

Hepimizin bildiği araştırmaların alışagelmiş merkezi, üniversiteler ve özel bazı araştırma enstitüleri. Ancak son yıllarda dünyanın birçok ülkesinde, özellikle Amerika ve İngiltere gibi öncü ülkelerde, devlet tarafından araştırma bütçelerinin kısılması, akademideki makale yazma baskısı ve akıl almaz kısıtlamalar her beş akademisyenden birinin özel sektöre yönelmesine sebep oluyor (ABD merkezli biokimya ve moleküler biyoloji derneğinin araştırması). Ancak özel sektörde araştırma yapmanın sorunları da başka.

Özel sektörün araştırmalar ile imtihanı

Özel sektörün üniversite kalitesinde araştırma yapabilmesinin en iyi örneği Amerika teknoloji şirketi Bell Labs. Kendi araştırmacısı Andrew Odlyzko tarafından hiçbir ürün ya da servisi hedeflemeyen araştırmaları ifade etmek için isimlendirdiği 'kısıtsız araştırmayı' 1984 yılına kadar destekledi. Time dergisi yazarı Christopher Byron'a göre, Bell Labs ve AT&T hiçbir zaman bir şey satmaya çalışmadılar. 1960'ların sonunda ilk denemelerini picturephone görsel iletişim aracı ile yaptılar ve başarısız oldular.

Bryan Johnson - Fotoğraf: Fortune Dergisi

1980'lerin başında artık büyük şirketler büyük değişimler için uzun dönemli araştırmaları desteklemenin çok anlamlı olmadığını gördüler. Daha kısa dönemli ve ürüne yönelik bir strateji izlediler. Nitekim 1995 yılında henüz iki yıllık bile olmayan ve 20 milyon dolar geliri olan Netscape, internet sayfalarını gösteren program, 2 milyar dolara halka açıldı. Oysaki Netscape'in gösterdiği internet teknolojisi, akademik, askeri ve devlet tarafından desteklenmiş uzun yıllar boyunca yapılan 'kısıtsız araştırmalara' dayanıyordu.

Özel sektör tarafında bugün Google (2012 yılı araştırma bütçesi akademinin bütçesinin yüzde10'u kadar) gibi şirketlerin ciddi araştırma bütçeleri var. Ancak yine de üzerlerine çalıştıkları problemler akademideki problemlerin çok küçük bir kısmı ve hedefleri ve zaman planları olan araştırmalar. Yani 'kısıtsız araştırmalar' değil.

"Amerika ve Avrupa endüstrilerinde 'kısıtsız araştırmalara' geri dönme olasılığı çok az. Eğilim dar pazar dilimlerine yoğunlaşmak, " diyordu 1995 yılında Andrew Odlyzko, Bell Lab araştırmacısı.

Bugün uzun dönemli bilimsel araştırmalardan çok iş modellerine dayanan kısa dönemde üssel olarak büyüyen şirketlerin (Airbnb veya Facebook gibi) hayatlarımızı dönüştürdüğünü görüyoruz. Ancak bu ve benzeri startup'ların gelecekleri eğer ilerlemek istiyorlarsa yine 'kısıtsız araştırmalar'a bağlı.

Gelecek birkaç 10 yılda özellikle bioteknoloji, yapay zeka, robot teknolojileri gibi alanlarda büyük değişimler yaşanacak. Çoğu geçmişteki uzun yıllar süren araştırmalara dayanan startupların 5-10 yıllık risk sermaye destekleri bizi yanılgıya düşürmesin. Risk sermaye şirketleri sadece ürünleştirme aşamalarında yer alıyor. Yani hala 'kısıtsız araştırmaları' yapacak akademiye ihtiyacımız var.

195x275_Ekonomist_imaj_FINAL_TR:Layout 1 7/2/14 11:34 AM Page 1

Ekonomist

2014 İÇERİK PLANI

Ekonomist'te Neler Olacak?

CEO Club
Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırma, anket, etkinlik, konferanslarda bir araya getiriyor...

vodafone katkılarıyla

Anadolu 500
Anadolu'nun
En Büyük 500 Şirketi
araştırması...

TEB katkılarıyla

Yılın İş İnsanları
Yılın İş İnsanı, Yöneticisi, Girişimcisi, Bürokratı ve Sivil Toplum Önderi...
21 yıllık heyecan...

Kobi Girişim
Büyümek, kurumsal yapısını güçlendirmek ve dışa açılmak isteyen KOBİ'lerin yeni rehberi...

Garanti katkılarıyla

Girişimci Kulübü
Türkiye'nin önde gelen girişimcileri bu kulüpte buluşuyor

avea katkılarıyla

Perakende Liderleri
Bilişimden gıdaya, giyimden yapı malzemelerine Türkiye'nin en büyük perakende şirketleri...

AMPD katkılarıyla

Gayrimenkul Saati
Emlakta doğru yatırımı yapmak için herkes Gayrimenkul Saati'nin çalışmasını bekliyor...

Franchise 100
Franchise veren büyük şirketlerle, girişimcileri buluşturan dev araştırma dosyası...

RE/MAX Türkiye katkılarıyla

İnşaat 2023
Türkiye'nin önde gelen illerinde yaptığımız toplantılarda inşaat sektörünün gelecek vizyonunu konuşuyoruz.

E.C.A. SEREL katkılarıyla

Yılın Kadın Girişimcisi
Başarıdan başarıya koşan girişimci kadınlar hak ettiği ödüle kavuşuyor...

Garanti katkılarıyla

Anadolu'nun En Etkili 50 İş İnsanı
Anadolu başarı öykülerinin arkasındaki güçlü isimler özel anketlerle belirleniyor...

Anadolu Markaları
81 ilin yükselen markalarının başarılarını paylaşan yarışma ve konferans dizisi...

Türkiye'nin Finans'ı Türkiye Finans katkılarıyla

VOB Sanal Portföy Yarışması
Finansal sistemin yükselen yıldızı Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası'na özel ödüllü yarışma...

AKBANK katkılarıyla

Türkiye'nin En Başarılı Turizm Yatırımları
Türkiye'de turizm yatırımlarını teşvik etmek için düzenlenen araştırma, 12 kategoride yatırımları ödüllendiriyor.

CMO Club
Türkiye'ye yön veren şirketlerin pazarlama yöneticileri CMO Club'da bir araya geliyor...

TURKCELL katkılarıyla

M&A 2012
İş dünyasını sarsan birleşmeler, sektöre yön veren satın almalar...

Yılın En İyi Filo Yöneticisi
Gittikçe büyüyen bir sektör haline gelen filo kiralama, sürdürülebilir filo anlayışının desteklenmesi ve başarılı filo yöneticilerinin ödüllendirilmesini hedefliyor.

LeasePlan katkılarıyla

Anadolu Buluşmaları
Anadolu'nun dört bir yanından global bakış açısına sahip bütün KOBİ sahibi iş adamlarını kulübümüze davet ediyoruz...

En Zengin 100 Türk
Birkaç basamak birden yükselenler, ilk 10'daki yeri hiç değişmeyenler, listeye ilk kez girenler...

Garanti Mortgage
Yeni konut projeleri, AVM ve plazalarda son trendler, avantajlı krediler, uzman görüşleri...

Garanti Mortgage Uzmanı katkılarıyla

Sosyal Marka 100
İngiliz araştırma kuruluşu Brandwatch ile düzenlediğimiz araştırmayla, Türkiye'nin 100 sosyal markasını sıralıyoruz.

The Banker
Dünyanın en önemli bankacılık dergisi 'The Banker' iş birliği ile sektöre dünya ölçeğinde geniş perspektifli bir bakış...

Türkiye'nin En Başarılı Emlak Yatırımları Araştırması
Türkiye'nin başarılı emlak yatırımları, 11 farklı kategoride seçiliyor...

Vergide Gündem
Vergi konusunda uyarıcı bilgiler, mevzuata ilişkin son gelişmeler...

Ernst&Young katkılarıyla

Yatırım Uzmanı
Güncel ve yatırımcıların ilgi gösterdiği yeni yatırım enstrümanlarını kapsamlı şekilde ele alıyoruz...

Garanti katkılarıyla

Best Brands
Avrupa'nın önemli araştırmalarından...
Ekonomist ve GFK Türkiye iş birliği ile dev araştırmanın merakla beklenen sonuçları

Gelecek Bizde Toplantıları
KOBİ'lerin geleceğe yönelik hedef ve projeleri Gelecek Bizde Toplantıları'nda masaya yatırılıyor...

avea katkılarıyla

EKONOMİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE YARINI...

dukkansizin_final_tekparca BARIS SON 195x275 e.pdf 1 06.11.2014 13:08