

DEPREM BÖLGESİNDEKİ 10 KOBİ'YE DESTEK

KOBİ

Garanti BBVA

# GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

MAYIS 2023

## SOSYAL GİRİŞİM RÜZGARİ

NASIL  
SOSYAL GİRİŞİMCİ  
OLUNUR?

AFET ODAKLI  
SOSYAL  
GİRİŞİMLER

TÜRKİYE'DE VE  
DÜNYADA ÖNE  
ÇIKAN PROJELER

"HEDEFİMİZ ABD'DE MAĞAZALAŞMAK"

YAPAY ZEKA İLE ASYA PAZARINA AÇILACAK

SAĞLIKLI FAST FOOD İLE 100 ŞUBE HEDEFLİYOR

# Türkiye'nin kadın girişimcileriyle geleceğe iyi bakıyoruz.

Eğitimden finansmana, birçok konuda sağladığımız destekle ekonomiye güç katan, yarınlara ışık olan kadın girişimcilerin yanlarında olmaktan gurur duyuyoruz.

[garantibbvakadingirisimci.com](http://garantibbvakadingirisimci.com)



**KADIN  
GİRİŞİMCİ**





# 'Kâr' değil 'dayanışma' odaklı iş modeli: Sosyal girişimcilik

6 Şubat tarihinde yaşadığımız Kahramanmaraş depremleri, toplum olarak bizi yasa boğarken, 'Nerede yanlış yaptık?' sorusunu da acı bir şekilde bir kez daha önümüze koydu.

Gerek iş dünyası gerek sivil toplum örgütleri, ilk günden itibaren deprem bölgesinde yoğun bir yardım kampanyası yürüttü, yürütmeye devam ediyor.

Kamu kaynaklarının eksik kaldığı yerde devreye giren bu çabalar on binlerce insanımızın afet sonrası yaşam koşullarını iyileştirmek konusunda hayati bir işlev gördü.

Bu dönemde afetin yaralarını sarmak için ortaya konulan sosyal girişimcilik projeleri de hem göz doldurdu hem de bu yeni yeni gelişen ekosistemin önemini ortaya koymuş oldu.

Türkiye'de pek çok kurum ve kuruluş, sosyal girişimciliğin desteklenmesi için faaliyet gösteriyor. Bu kuruluşlar, sosyal girişimci adaylarının projelerine çeşitli miktarlarda finansal desteklerin yanı sıra mentorluk ve tanıtım destekleri de veriyorlar.

Biz de KOBİ Girişim dergimizin bu sayısında kapak konumuz olarak Türkiye'de sosyal girişim alanında destek veren kuruluşları, dünyada ve Türkiye'de öne çıkan sosyal girişim projelerini

sayfalarımıza taşıdık.

Küresel ölçekte yaşanan yoksulluk, gelir adaletsizliği, eğitimden sağlığa kadar insan hakkı sayılan hizmetlere ulaşamama gibi sorunların devam ettiği bu dönemde, sosyal girişimciliği desteklemek bizim de ekonomi yayıncıları olarak sorumluluğumuz diye düşünüyorum.

Zira sosyal girişimcilik, sahiplerine, hissedarlarına ya da üyelerine kâr dağıtmayı değil, ölçülebilirliği ve olumlu sosyal etkiyi hedefleyen, sosyal geri dönüşü olan bir hizmet ya da ürün üreten ve ürün ya da hizmetlerini sosyal amacı odağında barındıracak şekilde üreten bir iş modeli olarak insanlığın sorunlarına çözüm sağlayan projeler geliştiriyor.

Bunu dünyanın en geniş sosyal girişimcilik platformu olan Ashoka'nın kurucusu Bill Drayton şu şekilde ifade ediyor:

"Sosyal girişimciler sadece balık vermekle veya balık tutmayı öğretmekle yetinmezler, tüm balıkçılık sektörünü dönüştürünceye dek yılmadan çalışırlar."

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

**HABER MERKEZİ**

Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),  
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),  
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü)  
Burcu Tuvay, Sibel Atik, Ceren Oral Balaban

**SAYFA UYGULAMA** M. Engin Bilgin

**FOTOĞRAFLAR** Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi

**PROJE MÜDÜRÜ** Selçuk Ergenç

**KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ**

Funda Demirci Ayan

**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen

Tel: 0 312 577 31 56

ekonomist@doganburda.com

**YÖNETİM**

**SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkorol

**ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ**

**(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ)** Yakup Kurtulmuş

**FİNANS DİREKTÖRÜ** Diğem Kurucu

**DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ** Eren Demir

**REKLAM**

**REKLAM VE ETKİNLİK GRUP BŞK.** Ali Erman İleri

**REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCISI**

Seda Erdoğan Dal, İşıl Baysal Turan

**REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**

Neyran Çınar, İpek Tunalı

**REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ**

Maya Yılmaz, Şeyhan Sezgin

**TEKNİK MÜDÜR** Ayfer Kaygun Buka

Tel: 0 212 336 53 61-62

**HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ**

Aysel Şener Tel: 0 212 336 53 75

**REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ**

Hülya Erdoğan Tel: 0 212 336 53 72

**REZERVASYON**

Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**

Sezinur Balıkcıoğlu

**REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ**

Beliz Balıbey

Tel: 0 312 577 31 56

**ETKİNLİK ve MARKA YÖNETİMİ**

**ETKİNLİK ve PROJE KOORDİNATÖRÜ**

Nihal Ayan / nayan@doganburda.com

**YÖNETİM YERİ**

Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12

Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul

Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

**BASKI**

Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.

Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.

No:16 Ümraniye-İSTANBUL

Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08

www.bilnet.net.tr

Sertifika No: 42716

**DAĞITIM**

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

**YAYIN TÜRÜ** Ulusal, süreli, iki haftalık

**FİPP** üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi 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

**ÇALIŞMA SAATLERİ**

abone@doganburda.com / www.doganburda.com

Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.



## İÇİNDEKİLER



Küresel ölçekte yaşanan yoksulluk, gelir adaletsizliği, eğitimden sağlığa kadar insan hakkı sayılan hizmetlere ulaşamama gibi sorunlar devam ediyor. İletişim teknolojilerinde yaşanan devrim ve iş dünyasında 'sürdürülebilirlik' ve 'toplum odaklı hizmet' kavramlarının giderek yaygınlaşması, tüketicilerin ihtiyaç duyduğu kimi ürün ve hizmetlerin kar amacı gütmeyen sunulması fikrini öne çıkardı.



Mühendislik kariyerini bırakıp aile şirketlerinde çalışma hayatına atılan Ece Güneren Tütüncü, baba mesleğine markalaşma getirdi. Yaratığı kadın giyim markaları Myraang ve Mamulier ağırlıklı olarak başta ABD olmak üzere pek çok ülkeye ihraç ediyor. Tütüncü, "Hedefim ABD'de mağazalaşmak" diyor.



Geri Dönüşümçüler ve Geri Kazanımçılar Derneği (GEKADER) Kurucu Başkanı Fatih Eren, "Hayata Geçirilecek Yeni Teşvik Uygulamaları ve İKMiB ve TİM'in de desteğiyle ve etkin çalışmasıyla ihracat rakamlarında artış seyredebiliriz. Türkiye 2040'a kadar dünyanın üretim üssü olabilir" diyor.

**05** 2023'te yüzde 100 büyüme hedefi koydu

**06** KOBİ Gündemi

**08** **KAPAK KONUSU**

Sosyal girişim rüzgarı

**12** Sağlıklı fast food ile 100 şube hedefliyor

**14** Yapay zeka ile Asya pazarına açılacak

**16** "Hedefimiz ABD'de mağazalaşmak"

**18** Türk müteahhitlere yurtdışı yatırımlarında stratejik destek

**20** Hepsiburada'dan deprem bölgesine destek taahhüdü

**23** Kimlik kartı sahteciliğine çözüm geliştirdi

**24** Türkiye geri dönüşümde üretim üssü olabilir

**26** 50 milyon dolarlık koleksiyonla büyüyecek

**28** Alışverişi döngüselleyen Nivogo yeni illere açılacak

**30** "2023'te 25 milyon TL'lik yatırım öngörüyoruz"

**32** "Siber saldırılara karşı tetikte olun"

**34** Mahalle nalburunu internete taşıdı

**36** **Prof. Dr. Volkan Demir:** Kobiler için muhasebe ve muhasebecinin önemi

**38** **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:** Şirketimize Göstergibilimsel Yaklaşımla Bakabilmek

**40** **Cem Ener:** Dünyanın en büyük şirketlerine tedarikçi olmanın tüyoları

**42** Vergi Takvimi



İki yıl önce girişimci Ahmet Orhon tarafından İstanbul'da kurulan 'sağlıklı fast food zinciri' Çosa, İstanbul'daki büyümesinin ardından Londra'da şube açtı. Son olarak İzmir'de hizmet vermeye başladıklarını söyleyen Orhon, "Türkiye'de 100 şube hedefliyoruz. Öykümüz İskandinav ülkelerinde devam edecek. Ardından Körfez ülkelerinde şubeleşmeyi planlıyoruz" diyor.



Yapay zeka analizleriyle iş sağlığı ve güvenliğine yönelik çözümler geliştiren intenseye, Asya pazarına açılmaya hazırlanıyor. New York ve İstanbul ofislerinin ardından Ocak 2023'te Berlin ofisini açtıklarını söyleyen intenseye Kurucu Ortağı ve CEO'su Sercan Esen, "Yıl sonuna kadar Asya'da da bir ofis açmayı hedefliyoruz" diyor.



Şirketleri önümüzdeki dönemde farklı güvenlik tehditlerine karşı uyararak Trend Micro Türkiye Ülke Müdürü Hasan Gültekin, "Bulut teknolojilerine geçiş yapan işletmeler ve kurumlar, eski ve yeni yöntemleri kullanan ve teknolojiyi yakından takip eden siber saldırılarına karşı tetikte olmalı. Savunmalarını yenilikçi teknolojilerle geliştiren kapsamlı güvenlik çözümleriyle güçlendirmeliler" diyor.

# 2023'te yüzde 100 büyüme hedefi koydu

İstanbul, Ankara, İzmir başta olmak üzere 39 ilde yetkili servis sağlayıcı ile müşterilere ulaşan GKN Kargo; 2023 yılının sonunda 81 ile ulaşarak yüzde 100 büyüme hedefliyor.

Kurumsal şirketlerin kargo ve taşımacılık ihtiyacını karşılamak üzere kurulan, markaların mağazalar arası ve depolardan mağazalara ürün gönderimi hizmetleri sunan GKN Kargo, büyümeye odaklandı. 7 bölge 161 ilçede kurumsal ve bireysel kargo hizmeti veren GKN Kargo, son olarak Çorum ve Samsun illerinde acente açarak bölgedeki müşterileriyle buluştu. Şirket, yıl sonuna kadar 81 ilde hizmet vermeye hazırlanırken öncelikli olarak Trabzon, Rize, İstanbul Anadolu ve Avrupa Yakası, Bursa, İzmir, Balıkesir, Eskişehir, Bodrum, Denizli ve Uşak illerinde büyümeyi hedefliyor. GKN Kargo acentesi olarak yatırım yapmak isteyen girişimcilere de fırsat sunan şirket, 6 ila 8 ay içinde yatırımını finanse etme imkanı sağlıyor.

## Hizmet ağı genişletilecek

Şirket, Güneydoğu ve Doğu Anadolu'da yakın tarihte açılacak yeni acenteleriyle bölgede kısa sürede büyümeyi hedefliyor. Diyarbakır, Mardin, Şırnak, Batman, Siirt, Van ve Hakkari'de acente açacak olan şirket bu illerin farklı ilçelerinde de müşterilere hizmet vereceklerini dile getiren GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Akyürek, "4 yıl önce çıktığımız yolculuğumuzda hedeflerimiz doğrultusunda güçlü adımlar atmayı ve yenilikçi çözümlerimizle birçok kurumsal markanın tercihi olmayı başardık. Yıl sonuna kadar 81 ile ulaşmayı ve Türkiye'nin her bir köşesinde hizmet vermeyi hedefliyoruz" diyor. Yakın zamanda Türkiye'nin doğusunda açacakları acenteler ile bölgede ciddi bir büyüme elde edeceklerini

vurgulayan Akyürek, "Güçlü operasyon yapımız, sektöre kattığımız yenilikler ve hızlı hizmet anlayışımızla yarattığımız müşteri memnuniyeti sayesinde sektörde kısa sürede başarılı bir konuma ulaştık. Yıl sonuna kadar ise yüzde 100 büyüme hedefindeyiz" diye konuşuyor.

## 208 ülkede hizmet verecek

Türkiye'de elde ettiği başarıyı yurt dışına da taşımaya hazırlanan GKN Kargo,

stratejik iş ortaklarıyla birlikte 208 ülkede kurumsal ve bireysel kargo hizmeti verecek. Numune gönderiminden ihracat ve gümrükleme hizmetleri ve beyannamelerine kadar birçok hizmeti sunacaklarını kaydeden Akyürek, şu bilgileri veriyor:

"Şirketimiz yurt dışı yapılanmasında müşterilerinin e-ticaret operasyonlarının yanı sıra bireysel gönderiler için ekspres kargo hizmeti de sağlayacak. Yurt içinde acente sayısını hızla artıran GKN Kargo, kaliteli hizmet yaklaşımı ile yerel üreticilerin global entegrasyonlarına yönelik güçlü bir çözüm ortağı olurken, acentelerine de dolar bazlı gelir sağlayacak."

GÖKHAN AKYÜREK



## Yatırımcılara kazanç fırsatı sunuyor

GKN Kargo acentesi olmak isteyen girişimciler, 6 ila 8 ay içinde yatırımını finanse edebiliyor. Gelen kargoda yüzde 20, giden kargoda ise yüzde 30 kar sunan şirket; acentesi, 1 aracı ve 50 m<sup>2</sup> üzeri kargo taşımacılığa müsait dükkanı olan ya da yer kiralayarak yatırımcılarla franchise anlaşması imzalıyor. GKN Kargo, sektörde kadın girişimci sayısını artırmak ve istihdamı desteklemek üzere bir kampanya başlattı. Türkiye'deki tüm şehirlerde kendi işini kurmak isteyen girişimci kadınlara kârlı bir yatırım fırsatı sunan şirket, 2023 yılı sonuna kadar franchise bedelinde yüzde 30 indirim fırsatı sunuyor.

### Parlak iş fikirleri dünya sahnesine çıkacak

Her yıl üniversite öğrencileri ve yeni mezunlara dünya sahnesinde yarışma fırsatı sunan ve BAT'nin 'Daha İyi Bir Gelecek' felsefesi ile gençlerin fikirlerini gerçeğe dönüştürmeyi amaçlayan Battle of Minds'a başvurular başladı. Küresel çapta parlak iş fikirlerini bulmaya, geliştirmeye ve desteklemeye odaklanan yarışma Battle of Minds, daha sürdürülebilir bir gelecek için sınırların ötesinde düşünen gençleri arıyor. "Daha İyi Bir Gelecek" vizyonu ile kurulduğu günden bu yana tüm dünyada olumlu bir etki yaratacak yetenekleri bulmaya ve desteklemeye odaklanan BAT, 1 Mayıs ile 30 Haziran tarihleri arasında başvuru yapılabilecek bu yılki yarışmasında katılımcılara teknoloji, biyoloji, enerji ve kapsayıcılık (Technology - Bio - Energy - Inclusion) olmak üzere dört kategoride iş fikirlerini dünyaya duyurma fırsatı sunuyor. Bu yıl 30 ülkeden katılımı gerçekleşecek yarışmaya, 18 yaş üzerinde, iş tecrübesi bulunmayan ve son 5 yıl içinde lisans eğitimini tamamlayan veya yüksek lisans yapan gençler katılabilecek. 2 ila 4 kişi arasında değişen ekiplerin başvurabileceği yarışmada, sürdürülebilirlik sorunlarından birini çözmeye yönelik projeler Yerel (Lokal), Bölgesel (Area) ve Küresel (Global) olmak üzere üç aşamada değerlendirilecek. 15 Eylül'de gerçekleşecek son değerlendirmenin ardından en iyi fikirlere sahip katılımcılara fikirlerini ve girişimlerini hayata geçirmeleri için 50.000 Pound değerindeki finansmanın yanı sıra Avrupa ve Türkiye'nin En İyi İşverenleri arasında gösterilen BAT'da istihdam fırsatlarına kadar çeşitli ödüller sunulacak.



### 5 girişime 4.5 milyon dolar yatırım yapacak

2015 yılında perakende ve teknoloji tecrübesine sahip tekno-girişimciler tarafından kurulan REM People, yıllar içinde gelişerek yapay zekâ destekli omni-kanal perakende analitiği ve 6 adımda satış verimliliği çözümleri sunan yeni nesil perakende analitiği şirketi haline geldi. Tamamen Türk mühendislerin geliştirdiği yazılımla alanında lider markalara



hizmet veren REM People, global bir lider olmak için hedef büyüttü. REM People, aldığı yatırımdan sonra girişim ekosistemini destekleyecek bir planı hayata geçiriyor. Bu yıl yapay zekâ temelli bir perakende teknoloji merkezi olmayı hedefleyen şirket birlikte çalışabileceği 5 teknoloji girişimine 4.5 milyon dolar yatırım yapmak üzere fon ayırdı. İlk zamanlar perakendenin fiziksel dünyasına yönelik ölçümleme, teknoloji ve perakende analitiği hizmetleri sunduklarını belirten REM People'ın CEO'su Bülent Peker, ilerleyen yıllarda basılı mecralar ve dijital kanalları da kapsamına alarak faaliyet alanını genişlettiklerini söyledi. Bugün gelinen noktada REM People'ın yeni nesil bir perakende analitiği şirketi olarak çalıştığını vurgulayan Peker, söz konusu başarılarıyla global yatırımcıların da ilgisini çekerek bu yılın başında ABD merkezli yatırım şirketi Ethos Asset Management'tan 12 milyon dolarlık yatırım aldığını anlattı.

### İlk kez safran üretim girişimi fonlanıyor

fonbulucu'nun geliştirdiği tarımsal üretimin finansmanında kitle fonlama sisteminin kullanıldığı fonTAR finansman ve yatırım modelinin ikinci projesi SAFFON-A yatırım turuna çıktı. Dünyanın en pahalı baharatı olarak bilinen; gıda dışında tıp, kozmetik, kimya gibi lokomotif sektörlerde de kullanılan; ülkemiz başta olmak üzere tüm dünyada büyük bir pazar açığı bulunan safran üretimi için kolları sıvayan girişim, şirket paylarının %70'inin arzıyla 15 milyon TL fona ulaşmayı hedefliyor. Bu kampanya ile SAFFON-A Tarım A.Ş.'nin kuruluşu, üretim hazırlıklarının yapılması ve her biri dört yıl olmak üzere üç aşamalı üretim döngüsü planlanıyor. İlk döngüde 100, ikinci döngüde 500, üçüncü döngüde 1000 dekar alanda safran yetiştirmeyi amaçlayan SAFFON-A, ilk döngünün ikinci yılından başlamak üzere her yıl düzenli temettü dağıtımını gerçekleştirecek. Ülkemizin en büyük safran tarlasını kurarak sürdürülebilir bir model inşa etmeye hazırlanan girişimin yatırım turu 2 Mayıs Salı günü fonbulucu platformunda başlayacak. Proje hakkında konuşan SAFFON-A Kurucu Ortağı Serhat Kartal, "Halihazırda Eskişehir'de 10 dekarlık alanda safran üretimi yapan ekip üyelerimizin bu proje ile en büyük hedefi; safran ve ürünleri üretimini, üretimi hakkında bilinç ve bilgi oluşturmayı, Ar-Ge çalışmaları sonucunda oluşacak katma değerli ürünler için hammadde üretimini yatırımcılarımızla birlikte hayata geçirmek" dedi.



## Girişim projelerine 4.2 milyon TL destek



■ Enerjisa Enerji, yeni projelerin hayata geçirilmesini teşvik etmek ve genç girişimcileri yeni iş alanlarında desteklemek üzere faaliyetlerini sürdürüyor. İTÜ Çekirdek iş birliği ve kendi bünyesinde yürüttüğü İVME Girişim Hızlandırma Programı kapsamında 51 girişim projesini destekleyen Enerjisa Enerji, 30'u İVME, 21'i İTÜ Çekirdek için olmak üzere toplamda 4.2 milyon TL'lik maddi destekte bulundu. Enerjisa Enerji'nin yenilikçi fikirlere büyük desteğini somutlaştırdığının altını çizen Enerjisa Enerji CEO'su Murat Pinar şu açıklamada bulundu: "Türkiye'de bir ilki hayata geçirerek enerji sektöründe geliştirilecek projeleri desteklemek amacıyla girişimcilik çalışmalarımıza 2015 yılında İTÜ ARI Teknokent Çekirdek ile iş birliği ile başladık. Bu konudaki kararlılığımız ve ortaya koyduğumuz destek sayesinde hem sektöre hem de topluma katkı

sağlayan fikirlerin hayata geçirilmesine katkı sağlamaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Bir başarı hikayesine dönüşen Eşarj, Enerjisa Enerji olarak önümüze gelen iyi fikirlerin büyütülerek ülkemize kazandıracağımızın bir örneği. İnsan ve teknoloji odağıyla daha akıllı ve yeşil bir dünyaya katkı sağlamak en önemli amacımız. Sürdürülebilirliği stratejisinin merkezine koyan, fayda sağlayacağına inandığımız her fikrin hayata geçirilmesine var gücümüzle deste olacağız."

## Getir'den yenilenen staj programı: GetirRise

■ Getir'in, üniversite öğrencilerinin yetkinlik ve gelişimlerine odaklanan uzun süreli yenilikçi staj programı GetirRise'a başvurular açıldı. Dijitalleşen dünyada kariyerlerine, hızlı teslimat sektörünün yaratıcısı Getir gibi bir teknoloji şirketinde başlamaları için tasarlanan



GetirRise, üniversite öğrencilerinin yepyeni donanımlar kazanarak büyüme yolculuklarına katkı sağlamak üzere hazırlandı. Üniversitelerin 3 ve 4'üncü sınıflarının yanı sıra yüksek lisans programlarında kayıtlı öğrencilerin de başvurabileceği GetirRise, teorik ve pratik eğitimlerin birleştiği, saha ziyaretlerinin, departmanlar arası geçişlerin yer aldığı deneyime dayalı bir gelişim sürecini kapsıyor. 360 derece çalışan deneyimi sunan bu staj programı ile öğrenciler, dünyada bir ilki Türkiye'de başlatarak, market ürünlerini dakikalar içinde kullanıcılarla buluşturan Getir'in kültürünü, çalışma biçimini ve farklı ekipleri deneyimlerken, staj programı sonunda Getir'de çalışma fırsatı yakalayabiliyor. Getir İnsan Departmanı'ndan Sorumlu Başkan Yardımcısı Başak Evrim Daltaban şöyle konuştu: "Yenilikçi bir şirket olarak, yeni nesil yeteneklerin öğrenmeleri, gelişmeleri ve geleceğimize katkıda bulunmaları için onlara fırsatlar yaratmaktan heyecan duyuyoruz. Tasarladığımız GetirRise staj programıyla sunduğumuz dinamik öğrenme ortamı, her öğrencinin yetenekleri ve kabiliyetlerine dayalı kişiselleştirilmiş bir gelişim yolculuğu sunuyor. Programa başvururken departman tercihi yapan stajyerlerimizin Teknoloji, Data, Ürün, Tedarik Zinciri, Pazarlama, Finans, Operasyon, Transformasyon ve İnsan gibi departmanlardan hangisinde görev alacağı eğitim ve yetkinliklerinin yanı sıra Getir'in ihtiyaçlarına göre şekilleniyor."



## BİM'den kadın kooperatiflerine destek

■ BİM, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) iş birliğiyle Mersin, Tokat, Hakkâri, Uşak ve İzmir'de bulunan kadın kooperatiflerinden tedarik edilen ürünleri Türkiye'deki tüm mağazalarında 25 Nisan'da satışa sunuldu. Aktüel ürünler kategorisinde tüketiciyle buluşacak ürünler kurutulmuş limon, salamura yaprak, bal, tarhana ve enginar oldu. BİM, kadınların yaşamlarını iyileştirme çabalarına destek olmak ve yerel kalkınmadaki liderliklerini güçlendirmek için çalışmalarına devam eden KEDV ile anlamlı bir iş birliği gerçekleştirdi. Bu iş birliğiyle 25 Nisan'da satışa sunulan aktüel ürünler kategorisinde 5 farklı şehirde, o ile özgü ve kadın kooperatifleri tarafından üretilmiş yerel lezzetler ilk kez Türkiye'deki tüm BİM mağazalarında tüketiciyle buluştu. BİM mağazalarında satışa sunulan ürünler S.S. Mersin Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi'nden kurutulmuş limon, Tokat Kadın Kooperatifi'nden salamura yaprak, S.S. Hakkâri Çiçeklerin Özü Kadın Girişimi ve İşletme Kooperatifi'nden bal, Uşak Hatice Sultan Doğal Ürünler'den tarhana ve S.S. Urla Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi'nden Urla usulü enginar marine oldu.

# SOSYAL GİRİŞİM RÜZGARİ

Küresel ölçekte yaşanan yoksulluk, gelir adaletsizliği, eğitimden sağlığa kadar insan hakkı sayılan hizmetlere ulaşamama gibi sorunlar devam ediyor. İletişim teknolojilerinde yaşanan devrim ve iş dünyasında 'sürdürülebilirlik' ve 'toplum odaklı hizmet' kavramlarının giderek yaygınlaşması ise tüketicilerin ihtiyaç duyduğu kimi ürün ve hizmetlerin kâr amacı gütmeyen sunulması fikrini öne çıkardı. 'Sosyal girişimcilik' olarak adlandırılan bu ekosistem gerek dünyada gerekse Türkiye'de her geçen gün büyüyor ve gelişiyor. Özellikle yaşadığımız son deprem felaketi sonrasında sosyal girişimciliğin önemi bir kez daha ispatlanmış oldu.



Sosyal girişimcilik, sahiplerine, hissedarlarına ya da üyelerine kâr dağıtmayı değil, ölçülebilirliği ve olumlu sosyal etkiyi hedefleyen, sosyal geri dönüşü olan bir hizmet ya da ürün üreten ve ürün ya da hizmetlerini sosyal amacı odağında barındıracak şekilde üreten bir iş modeli olarak tanımlanıyor. Sosyal girişimcilerin en önemli ortak yaklaşımı ise ele aldıkları alanlarda benzer vakaları tek tek düzeltmektense toptan ve sistematik değişim yaratmaları. Bunu dünyanın en geniş sosyal girişimcilik platformu olan Ashoka'nın kurucusu Bill Drayton şu şekilde ifade ediyor: "Sosyal girişimciler sadece balık vermekle veya balık tutmayı öğretmekle yetinmezler, tüm balıkçılık sektörünü dönüştürünceye dek yılmadan çalışırlar."

Türkiye'de pek çok kurum ve kuruluş, sosyal girişimciliğin desteklenmesi için faaliyet gösteriyor. Bu kuruluşlar, sosyal girişimci adaylarının projelerine çeşitli miktarlarda finansal desteklerin yanı sıra mentorluk ve tanıtım destekleri de veriyorlar. Öne çıkan sosyal girişim destekçileri ise şöyle:

■ **E-tohum:** İnternet konusunda yeni iş fikri olan henüz şirketini kurmamış, iş fikrini gerçekleştirmek için şirketini kurmak üzere olan, internet şirketini / yeni girişimi kurmuş, sermaye, yönetim, pazarlama ve diğer desteğe ihtiyacı olan herkes etohum'a başvuru yapabiliyor.

■ **Galata Business Angels (GBA):** GBA üyeleri İstanbul'da yerleşik şirketlere yatırım yapıyor. İş planları Angelsoft aracılığıyla internet sitesinde bulunan linkten sunuluyor. Komite, planı inceliyor ve aralarından seçilenler yılda 4 kez yapılan GBA Girişimcilik Akademisine davet ediyor.

■ **Bireysel ve Toplumsal Yaratıcılık Merkezi (BYTM):** Sosyal girişimcilik fikirlerine yatırım yapmak için herhangi bir sektör sınırlaması bulunmuyor. Şirketler, kurumlar ve sivil toplum kuruluşlarının yaratıcı çözümlerinde ve projelerinde destek sağlıyor.

■ **LABX:** Uygulama kolaylığı, özgünlük, pazar potansiyeli, finansal getiri, yönetim takımı, sermaye ihtiyacı gibi kriterlerden geçen başvurular değerlendiriliyor. Labx danışma kurulu tarafından seçilen

## SOSYAL GİRİŞİMCİ OLMANIN 3 KRİTERİ

■ Sosyal girişimciler ticari bir girişimci gibi çalışmalarından elde edeceği kârı cebe atmaz ve dağıtmaz, yine çözmeye uğraştığı sosyal soruna yönlendirir.

■ Kendilerine ve çalışanlarına piyasa üzerinde maaşlar ödemez, kişisel zenginleşmeyi amaçlamaz, şirket hissedarlarının ekonomik çıkarlarını sosyal etkisinin üzerinde tutacak faaliyetlerde bulunmaz.

■ Sosyal girişimciler işin herhangi bir alanında insan hakları, işçi hakları ve çevreye zarar verecek herhangi bir faaliyette bulunmaz.

adaylarla iletişime geçilir ve iş fikirleri dinleniyor. Görüşmeler sonucunda olumlu bulunan fikirlerle ilgili Labx takımının belirlediği ilgili sektördeki melek yatırımcılar ile temasa geçiliyor.

Türkiye İş Melekleri Ağı (TİMA): Katılım ve yatırım yapabilmek için bir hukuki zemine sahip olunması koşulu, yani firma kaydı veya patent başvurusu aranıyor. Uzun vadeli bir vizyon, yatırımcının yatırımını gerçekleştirebileceği çıkış stratejisi, güçlü ve hızlı büyüme olasılığı ve yaşam stili yaratmak gibi hususlara dikkat ediliyor.

■ **KOSGEB:** Veritabanına kaydolun işletmeler KOBİ vasfını taşıdıklarına dair beyannameyi doldurmalarının ardından desteklere başvurabiliyor. Girişimcilik Destek Programı, KOBİ Proje Destek Programı gibi sekiz başlıkta destekler veriliyor.

■ **Kalkınma Ajansları:** Özel işletmelere, sivil toplum kuruluşlarına,

kamu kurumlarına, üniversitelere, yerel yönetimlere, kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarına ve diğer gerçek ve tüzel kişilerin proje ve faaliyetlerine mali destek sağlayabilmektedir.

■ **Birliği İş Geliştirme Merkezleri Ağı (ABİGEM):** Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) öncülüğünde ilgili Ticaret ve/veya Sanayi Odalarının ev sahipliğinde Avrupa Birliği fonları ile KOBİ'lerin iş geliştirme süreçlerine destek veriyor.

■ **İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM):** Küçük girişimcilerin iş kurmasını ve geliştirmesini destekleyen ve kolaylaştıran, dolayısıyla da işletmelerin hayatta kalma ve büyüme olanaklarını arttıran Türkiye için yeni sayılabilecek bir istihdam yaratma ve iş kurma modeli.

■ **Girişim Fabrikası:** Fikir ve teknolojilerin ticarileşmesini hızlandırmak için Özyeğin Üniversitesi ve Turkcell ortaklığında kurulmuş bir destek yapısı.





## TÜRKİYE'DE ÖNE ÇIKAN SOSYAL GİRİŞİMLER

■ **Mumo:** Günlük hayatta kullanılan buzdolabı poşeti ve streç film gibi tek kullanımlık plastıklere alternatif doğal içerikli bir saklama kumaşı.

■ **BlindLook:** Görme engelli bireylerin özgürleşmesi misyonuyla çözümler üretiyor.

■ **Evreka:** Akıllı çözümler geliştirerek dünyadaki atık operasyonlarını yönetme biçimini yeniden şekillendiren global bir SaaS şirketi. Bir atık yönetim platformu.

■ **Otsimo:** Otizmli çocuklara eğitici oyunlar ve çocukların ailelerine yapay zekâya dayalı kontrol imkanı sunan mobil platform.

■ **TOYİ:** Nesnelere oyuncaklara dönüştürmelerini kolaylaştırıyor ve oyun kitleleriyle çocukların yaratıcılıklarını destekliyor.

■ **Fazla Gıda:** Satılamayan gıdaları değerlendirmeye yardım eden, atıl ürünleri ekonomiye, çevreye ve topluma kazandıran teknoloji platformu.

■ **Kızlar Sahada:** Kız çocuklarını ve her yaşta kadını futbol yoluyla güçlendirerek toplumsal cinsiyet kalıplarını yıkmayı hedefliyor.

Temel amacı teknolojilerin ticarileşme sürecinde yer alan ve ölüm vadisi olarak adlandırılan ürün prototipinden, seri satışa geçiş arasındaki süreci desteklemek.

■ **UNDP Türkiye:** Yoksulluğun azaltılması ana programı altında tarım, yenilenebilir enerji, turizm gibi alanlarda faaliyetlere teknik destek sağlıyor. Ayrıca kadın ve genç girişimcilerin desteklenmesi yönünde projeler yürütülüyor.

■ **Ashoka:** Dünyanın önde gelen sosyal girişimcilerini birleştiren Ashoka ağı, dünyanın 70 ülkesinde sosyal girişimcileri maddi manevi destekliyor, potansiyel sosyal girişimcileri ortaya çıkartıyor ve sosyal girişimciler arasında sinerji yaratılmasına ön ayak oluyor.

■ **Skoll Vakfı:** Sosyal girişimciliği başka kurumlara yatırım yaparak ve katalizör görevi görerek çeşitli yollarla destekliyor. Oxford ve Tufts Üniversiteleri'ndeki sosyal girişimcilik enstitüleri, sosyal girişimcilik ödülleri ve Skoll Dünya Forumu gibi etkinlikleri var.

■ **Omidyar Network:** E-Bay kurucularından Pierre Omidyar'ın kurduğu Omidyar Vakfı yüksek etki ve potansiyel gösteren sosyal girişimlere yatırım yapan bir sosyal yatırım fonu olarak öne çıkıyor. Mülkiyet hakkı, mikro-kredi, şeffaf medya

ve devlet ile sosyal girişimcilik alanlarında faaliyet gösteriyor.

■ **Echoing Green:** ABD merkezli uluslararası bir STK olan Echoing Green, dünyanın önde gelen sorunlarında çalışan sosyal girişimcilere fon, ağ ve teknik destek imkanları sağlıyor.

■ **Schwab Vakfı:** Schwab Vakfı, sosyal girişimcilere küresel düzeyde destek veren bir STK'dır. Yılın sosyal girişimcisi yarışması ile görünürlük artırılması, ağlar yoluyla sosyal girişimciler arasında iletişimin sağlanmasını amaçlıyor.

■ **Acumen Fonu:** Yoksullukla mücadelede yüksek etki potansiyeli olan sosyal girişimlere yatırım yapıyor. Şu anda Hindistan, Pakistan ve Güney ve Doğu Asya'da yatırımları bulunan Fon, faaliyetlerini yeni ülkelere de yaymaya hazırlanıyor.

### AFETLER İÇİN ÖZEL PROJELER

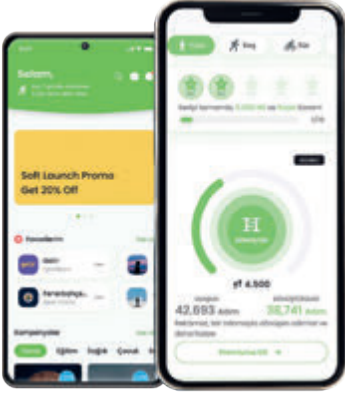
Son dönemde ise sosyal girişimlerin ne kadar önemli olduğu, yaşadığımız acı afetler sonrasında daha çok ortaya çıktı. Sosyal girişimciler Kahramanmaraş Depremi sonrasında hızla deprem bölgesinde dayanışmayı

artırmak için çeşitli projeleri hayata geçirmeye başladı. Sosyal girişimler doğası gereği etki yaratma odağıyla çalışan kuruluşlar olması nedeniyle problem tespit etme ve hızlı çözüm geliştirme kasları oldukça gelişmiş durumda. Temiz su sağlama, kadın kooperatifleriyle iş birlikleri, çocuklar için oyun atölyeleri, genç istihdamın artırılması gibi birçok proje hayata geçiriliyor.



### UMUT TIR'I PROJESİ

SosyalBen Vakfı, afetlerde, özellikle de göçük altı afet zamanlarında, çocuklarla atölye çalışmaları yürütüyor ve uzman psikologlar eşliğinde psikososyal destek çalışmaları gerçekleştiriyor. Deprem bölgesinde afetten etkilenen 4,3 milyon çocuk için Umud TIR'ı projesi başlatılırken, proje kapsamında resim, oyun, spor, icat, müzik ve yaratıcı yazarlık atölyeleri ile çocukla-



ra eğitim ve öğretim aracılığıyla psikososyal destek sağlanacak. İyilik Paylaş platformu üzerinden #UmuduBirlikteTaşyalım kampanyası başlattıklarını söyleyen SosyalBen Vakfı Kurucusu Ece Çiftçi, "Herkesten kampanyamıza destek olmasını istiyoruz. 5-23 Nisan tarihleri arasında tanışacağımız çocuklarımızın sürdürülebilir bir şekilde sosyal benliklerini geliştirebilmeleri odağında tutarak, çoğaltmak istiyoruz" diyor.

### KADINLARA DESTEK

Adım başışlama uygulaması Help Steps de çok sayıda sivil toplum kuruluşu ve marka ile çalışarak bölgeye destek verecek. İlk projeyi Happy Moon's iş birliği ile bölgede aktif faaliyet gösteren Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) aracılığı ile başlattıklarını belirten Help Steps Kurucusu Gözde Venedik, bölgedeki dar gelirli kadınlara destek olan, 85 kadın kooperatifi ile iş birliği içerisinde kalkınmaya destek amaçlı çalışan kuruluşa hem adımlar hem de markanın sponsorluğu ile destek olacaklarını vurguluyor. Venedik, "Şu an ana gündemimiz temiz suya erişim. Bu konuda marka ve STK'larla görüşüyoruz. Uzun vadede bir diğer önemli planımız da eğitim üzerine olacak" diye konuşuyor.

### GÖRME ENGELLİYE FARKINDALIK

Görme engelliler için eşit, erişilebilir ve engelsiz bir dünya inşa etmeyi hedefleyen sosyal girişim BlindLook, görme engellileri doğal afetler konusunda bilinçlendirmeyi hedefleyen, uluslararası kitlesel bir hareket



## DÜNYANIN ÖNDE GELEN 5 SOSYAL GİRİŞİMİ

- Mikrofinans hareketinin babası Muhammed Yunus, milyonlarca yoksula küçük ölçekli krediler sağlayarak içinde buldukları yoksulluk döngüsünü kırmalarını sağladı.
- Kailash Satyarthi, dünyada çocuk işçiliğine karşı başlattığı "çocuk işçi olmayan işyeri" sertifikasyon sistemiyle bugün bu konunun küresel kanaat önderi haline gelmiş durumda.
- Jimmy Wales kamusal katılım ile oluşturulan ve güncellenen, farklı dillerde online olarak ve ücretsiz yayınlanan bir ansiklopedi olan Vikipedi'yi oluşturarak bilgi toplama ve paylaşma pratiklerinde devrim yarattı.
- Danimarkalı Specialisterne, çalışanlarının çoğuna otizm spektrum bozukluğu teşhisi konulan sosyal açıdan yenilikçi bir şirket. Çalışanlar, kamu ve özel sektör için yazılım testi, programlama ve veri girişi gibi görevlerde iş danışmanları olarak çalışıyorlar.
- d.light, elektriğe ulaşımı olmayan 2 milyondan fazla kişiye hizmet vermek üzere tasarlanan güvenilebilir, ulaşılabilir ve erişilebilir güneş ışığı ve güç ürünleri üretiyor.



başlatmayı planlıyor. Bu konuda markalarla iş birlikleri yapacaklarını ifade eden BlindLook Kurucusu Sadriye Görece, "Dünyadaki tüm görme engelliler için afet öncesi bilinçlendirme çalışması hazırlamayı planlıyoruz. Birincil önceliğimiz, afet koruma yöntemlerini sesli dünyaya aktarmak ve bu sayede görme engellilerin bir doğal afet sırasında nasıl kendini koruyacağını öğrenmesini sağlamak" diye konuşuyor.

### DİJİTAL BECERİLER KAZANDIRACAK

Deprem öncesinde devam eden 'Olympics KızCode' lisede okuyan kız öğrencilerini ulusal ve uluslararası bilim olimpiyatlarına hazırlanan bir proje. KızCode Enstitüsü'nde bilgisayar, matematik ve fen bilimleri eğitimleri de veriliyor. KızCode, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde

de faaliyet gösteren bir kuruluş. Dolayısıyla deprem bölgesinde etkilenen kız çocuklarının eğitimlerinin devamlılığı hedefleniyor. Yetişkin genç kadınların istihdamını sağlamak ve sürdürülebilir bir metodoloji geliştirmeyi hedeflediklerini ifade eden KızCode Kurucusu Müjde Esin, şöyle devam ediyor: "Eğitimler düzenleyerek yörede iş imkânı sağlama gibi bir eylem planlarımız da bulunuyor. Mayıs ayı itibariyle hayata geçirmeyi planlıyoruz. Bölgenin kalkınması için bir merkez kurup, eğitim ve dijital beceriler kazandırmak için çalışıyoruz."

### MUTFAK HARİTASI ÇIKARDI

Bir sosyal girişim olan Fazla, Gıda Kurtarma Derneği ile bu süreçte çalışmalar yürütüyor. Bu kapsamda Gıda Kurtarma Derneği Sosyal Etki Merkezi'ni ve Fazla Gebze Depo'yu afet koordinasyon merkezi olarak tanımladı. Deprem sonrası dönemde mutfak kurulumu gerçekleştirmek adına iş birliği projelerini hayata geçirdi, sıcak yemek dağıtımını yapan bölgeler için su desteği projesi üzerine çalışmaya başladı. Fazla Pazarlama Lideri Koray Koçer, depremezdelelerin en az altı ay daha yeterli ve besleyici sıcak yemeğe sağlıklı ve düzenli şekilde ulaşmasının sağlanması adına bu bölgelerdeki aktif olan veya olmayan profesyonel mutfakların kapasite ve aktiflik durumlarının haritasını çıkardıklarını söylüyor.

# Sağlıklı fast food ile 100 şube hedefliyor

İki yıl önce girişimci Ahmet Orhon tarafından İstanbul'da kurulan 'sağlıklı fast food zinciri' Çosa, İstanbul'daki büyümesinin ardından Londra'da şube açtı. Son olarak İzmir'de hizmet vermeye başladıklarını söyleyen Orhon, "Türkiye'de 100 şube hedefliyoruz. Öykümüz İskandinav ülkeleri ve Avrupa ile devam edecek. Ardından Körfez ülkelerinde şubeleşmeyi planlıyoruz" diyor.

2020 yılının sonunda, girişimci Ahmet Orhon tarafından 'Bi Çorba Bi Salata' sloganıyla 'Türkiye'nin ilk sağlıklı fast food zinciri' olarak İstanbul'da kurulan, sağlıklı ve hafif yemek yemek isteyenlerin evlerine paket servisle girmeye başlayan Çosa, hızla büyüme gösterdi. İstanbul'da Acıbadem, Kozyatağı, Ataşehir, Gayrettepe restoranları ve Londra'daki şubelerinden sonra 2023 Nisan ayı itibarıyla İzmir Bayraklı'da da hizmet vermeye başladı.

Avane Cloud Kitchens bünyesindeki merkez bulut mutfakta hazırlanan yemeklerle - paket servis, gel-otur ve gel-al- hibrit restoran modelini uygulayarak paket yemek sektörüne yeni bir soluk getiren Çosa, sağlıklı ve zengin içerikli menüleriyle Türkiye'de 'sağlıklı fast food' algısını değiştirmeyi amaçlıyor.

Türkiye'den çıkan ilk uluslararası gıda zinciri olmayı hedeflediklerine vurgu yapan Avane Cloud Kitchens CEO'su Ahmet Orhon, "İngiltere'de yakın vadede 25, uzun vadede 50 lokasyona ulaşmak istiyoruz. Türkiye ve İngiltere ile başlayan öykümüz İskandinav ülkeleri ve Avrupa ile devam edecek. Ardından Körfez ülkelerinde şubeleşmeyi planlıyoruz" diyor.

## Franchise talebi yüksek

Türkiye'de markaya yönelik ciddi bir franchise talebi var. Bu da gıda sektörüne yatırım yapmak isteyenlerde bir güven oluşturuyor. Batı ülkelerindeki 'bulut mutfak' trendini Türkiye'ye getiren Orhon, bir

## Bulut mutfaklar nedir?

"Yeni bir restoran açmaya karar vermeden önce veri analitiğine göre fizibilite yapıyoruz. Geleneksel olarak restoranlar veriyle değil iç güdülerle, çeşitli hipotezlerle açılıyordu. Şimdi artık bu hipotezler bulut mutfakların kullandığı yazılım altyapısı sayesinde hızlı bir şekilde test edilebiliyor. Elimizdeki dataya dayanarak müşterileri, rakipleri, global ve yerel trendleri durmadan analiz edip yeni markalar ve menüler çıkarıyoruz. Bu menüleri revize ediyoruz. Tedarik zincirinden pazarlamaya, fiyatlandırmadan ürün geliştirmeye kadar hepsini veri analizi sonucunda ortaya koyuyoruz. Bulut mutfaklar tüm veriyi dijital ortamda analiz edip hızlı bir şekilde yeni konseptleri test ederek yeni marka çıkabildiği için geleneksel restoranların aksine belirsiz bir şekilde 'biz zincirleşiyoruz' diye ortaya çıkmaktan ziyade, rakamlara dayalı hareket ediyor. Bu yüzden hangi semtte hangi konseptte bir restoran açarsak neyi satabileceğimizi ve kaç paket çıkarabileceğimizi önceden bilebiliyoruz."

yandan Türk insanının alıştığı tatları onlara sunmayı bir yandan da misafirlerinin damaklarına uyacağına inandıkları lezzetlerle onları tanıştırmayı hedeflediklerini söylüyor.

'Sağlıklı yemek lezzetli değildir' algısını yıkmak ve Türkiye'de 'sağlıklı fast food' algısını oturtmak amacıyla yola çıktıklarının altını çizen Orhon, "Paket yemek söyleyenler sadece pizza, burger gibi ürünleri tüketmek zorunda değil. Sağlıklı ve hafif yemeğin de zincirleşebileceğine ve yaygınlaşabileceğine inanıyoruz" diyor.

## 100 lokasyon hedefleniyor

Çosa, Türkiye'nin en büyük sağlıklı ve hafif yemek zinciri olma hedefiyle ilerliyor. Hızlı bir şekilde 100 lokasyona ulaşmak istediklerinden bahseden Orhon, şöyle devam ediyor: "İstanbul'daki 4 restoran

ve Londra'daki şubelerinden sonra İzmir Bayraklı'da yeni şubemizi hizmete sunduk. Çosa ile yola çıkarken İzmir'i hayal etmiştim. Kendi ayaklarının üzerinde duran, sağlığına dikkat eden, İzmir enerjisine sahip insanları hayal etmiştim. Çosa'da yeşil, beyazı görüyorsunuz, Ege'yi, rahatlığı ve ferahlığı görüyorsunuz. Yemeklerimiz de hafif ve sağlıklı yemekler, İzmir'in damak zevkine uygun olduğunu düşünüyorum."

Türkiye'de ciddi bir franchise talebi aldıklarından da söz eden Orhon, "Veriyi dayalı bir iş yaptığımız için sonuçlarını ön görebiliyoruz. Bu da gıda sektörüne yatırım yapmak isteyenlerde bir güven oluşturuyor" diyor.

## Gastronomi trendleri

Kadınların ve erkeklerin iş gücünün içerisinde olmasının eğiliminin sonucu olarak

AHMET ORHON



## Yatırım çekiyor

Girişimci Ahmet Orhon tarafından kurulan Avane Cloud Kitchens, ilk turda Global Founders Capital'dan 1 milyon dolar yatırım almış durumda. 3.1 milyon dolar yatırım aldığı ve Finberg'in liderlik ettiği ikinci yatırım turuna, TwoZero Ventures, Logo Ventures, Q Angels ve seçkin melek yatırımcılar da eşlik etti.

toplam tüketimin yüzde 80'inin 'fonksiyonel gastronomi'ye, yüzde 20'sinin 'deneyimsel gastronomi'ye yönelmesini bekliyoruz. 'Fonksiyonel gastronomi' derken üç dakikanın altında hızlı bir şekilde alınıp tüketilecek yemeklerden, deneyimsel gastronomi ile lezzet, ambiyans, mutfak deneyimi için tercih edilen restoranlardan bahsediliyor."

### Evde yemek devri bitiyor

'Fonksiyonel gastronomi' derken üç dakikanın altında hızlı bir şekilde alınıp tüketilecek yemeklerden, deneyimsel gastronomi ile lezzet, ambiyans, mutfak deneyimi için tercih edilen restoranlardan bahsediliyor. Öte yandan self servis ve fast food zincirleri daha da artacak, evde yemek pişirme de ortadan kalkacak.

Orhon, deneyim bazlı yemek alanında toplam tüketimin yarısının 'deneyim restoranları' ve 'evde tüketim' olarak ikiye bölünebileceğini, restoranda veya evde hazır yemek pişirerek yemek tüketiminin artacağını da vurguluyor.

Gastronomideki trendlerin mimarideki trendlere de yansıdığını ve artık küçültülmüş, minimize hale getirilmiş mutfaklar

gördüğümüzü de söyleyen Orhon, mutfakla oturma odasının entegre hale geldiğini, mutfaklarda çoğunlukla yemek ısıtma üniteleri ile kahve-çay makinesi gibi küçük ev aletleri ünitelerinin bulunduğunu belirtiyor.

Türkiye'de ve dünyada insanların yemek hazırlamaya ayırdıkları zamanın giderek azaldığını, bir çiftin ikisinden birisinin evde olup yemek hazırlama rolünün ortadan kalktığını belirten Orhon, şunları anlatıyor: "Endüstri-

leşmeyle birlikte artık kadın da erkek de iş hayatında. İnsanların yemek yapmaya vakti yok ya da işten arta kalan zamanı yemek yaparak harcamak istemiyorlar. Bu yüzden önümüzdeki 10 yıl içerisinde gastronomide

# Yapay zeka ile Asya pazarına açılacak

Yapay zeka analizleriyle iş sağlığı ve güvenliğine yönelik çözümler geliştiren intenseye, Asya pazarına açılmaya hazırlanıyor. New York ve İstanbul ofislerinin ardından Ocak 2023'te Berlin ofisini açtıklarını söyleyen intenseye Kurucu Ortağı ve CEO'su Sercan Esen, "Yıl sonuna kadar Asya'da da bir ofis açmayı hedefliyoruz" diyor.

2018 yılında temelleri atılan intenseye, yapay zeka analizleriyle iş sağlığı ve güvenliğine yönelik çözümler geliştiren bir girişim. intenseye'in yapay zekâ algoritması, en temelde iş sağlığı ve güvenliği ekiplerine 7/24 gerçek zamanlı bildirimler alma ve kazaya sebep olabilecek gelişmeleri anında görerek müdahalede bulunma imkânı sağlıyor. Şubat 2021'de Point Nine ve Air Street Capital ortaklığında gerçekleşen tohum yatırım turunda 4 milyon dolar ve Eylül 2021'de New York merkezli Insight Partners liderliğinde 25 milyon dolarlık Seri A yatırımı alan şirket, yurt dışında büyümesine hız verecek. New York ve İstanbul ofislerinin ardından Ocak 2023'te Berlin ofisini açtıklarını söyleyen intenseye Kurucu Ortağı ve CEO'su Sercan Esen, "Yıl sonuna kadar Asya'da da bir ofis açmayı hedefliyoruz" diyor. Şu an 25'ten fazla ülkede küresel endüstriyel gruplar ve Fortune 500 şirketleri bünyesinde çalışan 100 binden fazla çalışanı iş kazalarına karşı koruduklarını söyleyen Esen, intenseye'nin kuruluş hikayesini ve yeni dönem hedeflerini anlattı.

## Kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz?

Kariyerime yazılım mühendisi olarak başladım ve çalıştığım süre boyunca beyin-bilgisayar arayüzleri, yapay zekâ ve sanal gerçeklik teknolojileri alanlarında global ölçekte çeşitli projelerde uzman yazılım geliştiricisi ve yapay zekâ danışmanı olarak çalıştım. Daha sonra bilgisayarla görü alanında farkı sektörlerde yapay zekâ danışmanı olarak görev yaptım. Şu anda intenseye'in

## "Verileri kayıt altına almıyoruz"

"İşlediğimiz görsel verilerdeki biyometrik verileri kesinlikle kayıt altına almıyoruz ve saklamıyoruz. Çalışanların mahremiyetini korumak için tüm süreçlerimizde yüz bulanıklaştırma ve 3 boyutlu anonimleştirme gibi teknikler kullanıyoruz ve KVKK'ya yüzde 100 uyumlu çalışıyoruz. Yalnızca iş sağlığı ve güvenliğine odaklanmış olmamız ve iş kazalarını önlemeye destek olurken çalışanların gizliliğini korumamız intenseye'ı sektörde farklılaştıran en önemli etmenler diyebiliriz."

merkez ofisi New York'ta, intenseye'in pazara açılma stratejisini, İSG müşteri başarısı ve ürün geliştirme süreçlerini yönetiyorum.

## intenseye ne zaman kuruldu? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

2018'de intenseye'i kurduğumuzda hangi soruna çözüm üreteceğimize karar vermek için dünyanın önde gelen şirketlerinin üretim tesislerini ziyaret ediyorduk. Bu şirketlerin içinde Fortune 500 firmaları da vardı. Ürün kalitesi ve üretim miktarını artırma konusunda otomasyon ve teknolojiyi benimsediklerini gördük. Fakat iş sağlığı ve güvenliği (İSG) ekipleriyle konuştuğumuzda, İSG süreçlerinde gereken teknolojileri kullanmadıklarını fark ettik.

Birkaç İSG uzmanının binlerce çalışandan sorumlu olduğunu ve manuel analizlere zaman harcayarak İSG risklerini tespit etmeye çalıştıklarını görünce tesislerdeki mevcut kameraları birer veri sağlayıcı olarak kullanarak gerçek zamanlı yapay zekâ analizleri yapma fikri bizi çok heyecanlandırdı. Devasa tesislerde, yalnızca birkaç kişiden oluşan İSG ekiplerinin sadece gözlem yoluyla varolan İSG risklerini, kazaya dönüşebilecek ra-

mak kala olaylarını takip etmesinin, raporlamasının ve düzeltici aksiyonlar almasının neredeyse imkansız olduğunu keşfedince aslında yapay zekanın İSG alanında neleri değiştirebileceğini anlamış olduk.

Böylece intenseye'in temelleri de atılmış oldu. Yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolojileriyle şirketlerin mevcut kameralarına bağlanarak güvensiz durum ve davranışları tespit etmeye olanak tanıyan bir çözüm geliştirdik.

## Bugüne kadar ne kadarlık yatırım aldınız?

Şubat 2021'de Point Nine ve Air Street Capital ortaklığında gerçekleşen tohum yatırım turunda 4 milyon dolar ve Eylül 2021'de New York merkezli Insight Partners liderliğinde 25 milyon dolarlık Seri A yatırımı aldık.

## 2022 yılında ne kadarlık büyüme yakaladınız?

2022'nin intenseye açısından oldukça verimli bir yıl olduğunu söyleyebilirim. Şu an 25'ten fazla ülkede küresel endüstriyel gruplar ve Fortune 500 şirketleri bünyesinde çalışan 100 binden fazla çalışanı iş ka-



SERCAN ESEN

zalarına karşı koruyoruz. Bilgisayar görüşü ve makine öğrenimindeki en son gelişmeler sayesinde, bugüne kadar çalışan sağlığı açısından risk oluşturabilecek durumların tespiti için 15 milyondan fazla gerçek zamanlı bildirim oluşturduk. Her geçen gün büyüyen ve güncel olarak 96 kişiye ulaşan ekibimiz, merkez ofis New York ve İstanbul'da her gün iş kazalarının önlenmesi konusunda işletmelere destek olmak için çalışıyor ve hızla büyümeye devam ediyoruz.

### **2023 yılında yeni projeleriniz var mı gündemde, bunlardan bahsedebilir misiniz?**

2023 Nisan ayında 3D anonimleştirme teknolojisini kullanıma aldık. 3D anonimleştirme tekniği ile kişisel verilerin yönetiminde etik ve sorumlu yapay zekâ uygulamalarına olan bağlılığımızı daha da güçlendiriyoruz. Güvensiz durum ve davranışları tespit etmek için genel bağlamdan ödün vermeden, çalışma ortamlarındaki kişileri tamamen tanınamaz hale getiriyoruz.

Algoritmalar, çalışan görüş alanından çıkana kadar kişinin her hareketini üç boyutlu düzlemde takip ediyor; uzuvları ve

eklemleri algılayarak duruşları yakalıyor. Daha sonrasında kişilerin biyometrik verilerini tamamen ortadan kaldırıyor ve gerçekçi işlenmiş animasyonu boyalı görüntüye yerleştirerek geri döndürülemez bir anonimleştirme sağlıyor. Gizliliğe ve veri güvenliğine verdiğimiz önemle beraber asıl amacımız tüm endüstrilerde yaşanabilecek kazaları minimuma indirmek. Madencilik sektöründe de kazaları engellemek için AR-GE ekibimiz çalışmalar gerçekleştiriyor. Maden sahaları karanlık ve tozlu alanlar olduğu için kameraların iş sahasını algılaması zorlaşıyor. Bu noktada AR-GE ekibimiz karanlık ve tozdan etkilenmeyecek termal teknolojiler üzerinde yoğunlaşarak yeni bir modül geliştirmek için çalışıyor.

### **İş kazalarını yüzde 100 önleyebiliyor musunuz?**

İş kazalarını önlemek çok boyutlu bir süreç. Biz yapay zeka desteğiyle, daha önce görülmemiş riskleri görünür kılıyor, tekrar eden güvensiz durum ve davranışları, herhangi bir kaza gerçekleşmeden önlemek için ISG ekiplerine gerçek zamanlı bildirimler gönderiyoruz. Sıfır kazaya doğru çıktığımız yolculukta tüm çalışanların her gün güvenli bir şekilde eve dönmelerini sağlamak birinci önceliğimiz. Fakat iş kazalarını engelleyebilmek için sahada düzeltici aksiyonlar almak, saha çalışanlarıyla karar vericiler arasında yapıcı bir iletişimi mümkün kılmak da çok önemli. Aslında yapay zeka teknolojimiz tam da bu noktada bir köprü görevi görüyor.

200'den fazla kamera markası ve modeliyle sorunsuz şekilde bağlantı kurabilen teknolojimiz yüksek doğruluk oranlarıyla çalışıyor ve platformumuzu her geçen gün kullanıcılarımızın da geri bildirimleriyle birlikte geliştirmeye devam ediyoruz.

**Yurt dışında hangi ülkelerde faaliyetleriniz var? 2023 yılında yurt dışında yeni ülkelere açılacak mısınız?**

New York ve İstanbul ofislerimiz haricinde Ocak 2023'te Berlin ofisimizi açtık ve yıl sonuna kadar Asya'da da bir ofis açmayı hedefliyoruz. Böylelikle bu bölgelerdeki mevcut müşterilerimize daha yakından hizmet vermeyi ve yeni müşterilere ulaşmayı aynı zamanda da yeni ortaklıklar geliştirmeyi hedefliyoruz.

# “Hedefimiz ABD’de mağazalaşmak”

Kadın girişimci Ece Güneren Tütüncü’nün öyküsü John Lennon’un “Hayat; siz planlar yaparken başınıza gelenlerdir” sözünü destekler nitelikte...Çünkü girişimcilik gibi bir hedefi olmayan Tütüncü aslında kimya mühendisi. Yıldız Teknik Üniversitesi’nde kimya mühendisliği okuyor, sonrasında da İTÜ’de yine kimya mühendisliği üzerine yüksek lisans yapıyor. Bütün planlarını da mühendis olmak üzerine kurguluyor. Mezun olup iş başvuruları yaptığı dönemde babasının bir yurt dışı seyahati çıkıyor. Bu nedenle babası tekstil sektöründe faaliyet gösteren şirketleriyle bir haftalığına ilgilenmesini istiyor. “Tamam, olur” diye Tütüncü, bir haftalığına başladığı aile şirketinden ayrılamıyor. Tekstili, ihracatı ve üretimi çok sevince profesyonel hayat yerine kendi şirketlerinde çalışmayı tercih ediyor. Aradan geçen 13 yılda da mühendislik titizliğiyle çalıştığı şirketlerine pek çok artı değer kazandırıyor. Bunların başında da kadın giyime yönelik Myraang ve Mamulier markalarını çıkarması geliyor. Bugün iki marka da başta ABD olmak üzere Rusya, İsrail ve İngiltere’ye gibi pek çok ülkeye ihraç ediliyor. Tütüncü, hedeflerinden tekstil sektöründeki gelişmelere kadar sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

## Biraz girişimcilik yolculuğunuzu anlatır mısınız?

Ben kimya mühendisiyim aslında. Yüksek lisansımı da İTÜ’de yaptım. Henüz işe girmemişken, CV’mi göndermeye başladığım dönemde babamın yurt dışında bir işi çıktı. Bunun üzerine bana “Ece gelsen, bir hafta işlerin başında dursan” dedi. Babam tekstil ile uğraşüyor. 1993 yılında kurduğu şirketimiz fason iş yapıyor. Özellikle plisecilikten geliyoruz. O yokken şirketi bir haftalığına idare etmeyi kabul ettim ve bir daha da

Mühendislik kariyerini bırakıp aile şirketlerinde çalışma hayatına atılan Ece Güneren Tütüncü, baba mesleğine markalaşma getirdi. Yarattığı kadın giyim markaları Myraang ve Mamulier ağırlıklı olarak başta ABD olmak üzere pek çok ülkeye ihraç ediliyor. Tütüncü, “Hedefim ABD’de mağazalaşmak” diyor.

## “Pandemiye fırsata çevirdik”

“Pandemide biz çalışmaya devam ettik. Bu dönemi fırsata çevirmeyi başardık. Riski minimize ederek üretimimizi hiç durdurmadık. Yurt dışından gelmeye çekinen müşterilerin de ziyaretine gittik. Bu bizim için aslında bir kırılma noktası oldu. Müşterilerle ilişkilerimiz güçlendi, bize karşı güvenleri daha da arttı. Siparişlerini bize kaydırdılar.”



ayrılmadım. Tam 13 yıl oldu. Tekstil sektörünü, ihracatı, üretimizi çok sevdim.

## Neler yapıyorsunuz?

Merkezimiz, atölyemiz Çağlayan’da. Osmanbey’de ise yedi katlı bir toptan satış

mağazamız var. Biz müşteriden düz kumaşı alıyoruz onu plise, baskı, lazer kesim gibi işlemlerden geçiriyoruz. Siparişi aldıklarında kumaşı tanıyamıyorlar. Babam makineler konusunda çok titiz, en son teknolojileri kullanıyoruz. Makine parkurumuz da çok geniş. O nedenle tüm işlemleri kendi bünyemizde yapabiliyoruz. Bursa kökenli bir aileyiz. Bursa’da da bir fabrikamız var. İstanbul’da yapamayacağımız, organize sanayi bölgesinin gerektirdiği baskıları orada yapıyoruz.

## Sizinle birlikte ne gibi adımlar atıldı şirketinizde?

Biz tekstil sektörüne yönelik fason olarak pek çok faaliyette bulunuyorduk. Hatta ufak ufak konfeksiyon da yapıyorduk. Ama tabii başka markalar için bunları gerçekleştiriyorduk. Ben işe başladığımda birazcık işte pişmek için başka markalarla çalışmaya devam ettik. Çünkü ne kadar aile mesleği olursa olsun bu konuda bir tecrübem yoktu. Bu sırada Bahçeşehir Üniversitesi’nde Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi yüksek





ECE GÜNEREN TÜTÜNCÜ

## “Tekstilde ‘sezon’ kavramı bitiyor”

“Bizde hergün yeni ürün çıkıyor. O nedenle sezonluk koleksiyonlarımız yok. Grup grup küçük kapsül koleksiyonlarla ana koleksiyon daha da genişliyor. Kombin olarak satılan ürünlere, müşterinin ilgisi artıyor. Aldığı pantolonun üzerine de neyin uygun olacağını koleksiyonlarda görmek işlerini kolaylaştırıyor. Tekstil sektöründe artık sezon kavramı bitiyor. Şifon bir elbisenizi üzerine kaban giyerek kışın, sandaletle de yazın giyebiliyorsunuz. Fast fashion akımının da etkisinin geçmesi ‘zamansız’ ürünleri öne çıkardı. Öte yandan doğal ham maddelerle üretim de çok talep görüyor. Bizler de bu tür ürünlere yer ayırıyoruz koleksiyonumuzda ama doğal elyaf bulmak artık çok zorlaştı.”

lisansı aldım. Hocalarımız hepsi markalaşmanın önemi konusunda bizi aşıladılar. Ben de bundan çok etkilendim.

### Sonrasında nasıl bir yol izlediniz?

Önce 2015 yılında Myraang markamız doğdu. Hedef kitlemiz, genç kadınlardı. İki

yıl önce de daha ‘bebek’ olarak nitelendirdiğimiz ikinci markamız Mamulier’i yaratık. O da kendine güvenen, yaşı olmayan kadının markası. Zamandan ve mekandan bağımsız tasarımlar yapmaya çalışıyoruz. Yani kadınların sabah giydiği kıyafetle ge-

ceye de devam edebileceği şekilde ürünler tasarlamaya çalışıyoruz.

### Satış kanallarınız nereler?

Şu anda online satışı var. Instagram üzerinden de satış yapıyoruz. Ayrıca ürünleri görmek ve dokunmak isteyen müşterilerimizi de Osmanbey’deki mağazamıza davet ediyoruz.

### İhracat yapıyor musunuz?

Evet. Aslında biz daha yeni yeni iç pazarda var olmaya başladık. Daha çok ihracat çalışıyoruz. Başta ABD olmak üzere İsrail, İngiltere ve Rusya gibi ülkelere ihracat yapıyoruz. Hatta ihracatımızın yüzde 70’ini ABD’ye gerçekleştiriyoruz.

### Önümüzdeki döneme ilişkin başlıca hedefleriniz neler?

Özellikle güçlü olduğumuz ve çok iyi tanıdığımız ABD pazarında daha hızlı markalaşmak ve mağazalar açmak istiyoruz. Markalarımız başlangıçta yabancılar da Türk markası olarak algılanmıyor. Etiketle ‘Made in Turkey’ yazmasını çok önemsiyorlar. Çünkü tekstilde Türkiye’nin kalite algısı çok yüksek diğer üretici ülkelere göre. Bu bizler için büyük avantaj. İç pazarda da e-ticaret ile başladık. Bir süre sonra ülkemizde de mağazalarımız olabilir.

### Yatırım planlarınız neler?

Bu sırada internet sitesine yatırım yapıyoruz. E-ticaretimizi nasıl geliştiririz diye bakıyoruz. Şu sıralar yurt dışında da toptan satış için bir e-ticaret sitesi kurma hazırlığındayız. Yurtdışındaki alıcıların Türkiye’den ciddi oranda alım yapma isteği var. Onlar için bu kanalı açmamız gerekiyor.

### Tasarımlara etkiniz oluyor mu?

Markalarımız için iki tasarımcımız bir de desinatör ekibimiz var. Onlar nakış ve baskı işleriyle ilgileniyorlar. İki tasarım birimi de bünyemizde. Diğer pek çok marka gibi dışarıdan bu konularda hizmet almıyoruz. Tasarımlar benim de etkim oluyor tabii. Ben işin hep başındayım. Kumaşın alınmasından paketlemeye kadar her aşamasında kontrollerini ben yaparım. İşleyişin her noktasında olmayı seviyorum. Çalışanlarımızın yüzde 70’ini kadınlar oluşturuyor. Özellikle tekstil sektörünün, kadınlar sayesinde farklılaştığına inanıyorum. Geleceğimiz kadınlarla beraber şekillenecek. Güçlü kadınlar güçlü gelecek demek.

# Türk müteahhitlere yurtdışı yatırımlarında destek

Dünyada fırtına gibi esen Türk müteahhitlik firmaları her geçen yıl başarılarına yenilerini ekliyor. Ancak bu süreçte inşaat risklerinin bertaraf edilmesi müteahhitlerin başarılarını sürdürmelerinde büyük önem taşıyor. Howden ACP Genel Müdürü Ercan Eryaşar, dünyanın önde gelen sigorta broker şirketlerinden biri olarak Türk müteahhitlerin yurtdışında yaptıkları yatırımlarda yanlarında olduklarını söylüyor.

Türk müteahhitlik firmaları yurtdışında yeniden atağa kalkarken, geçen yıl ABD'ye kaptırdığı ikincilik sırasını geri aldı. Müteahhitlik firmaları geçen yıl yurtdışında aldıkları projelerle ABD'li firmalara kaptırdığı ikincilik koltuğunu bu yıl tekrar geri aldı. ENR'in bu yıl yayınladığı 'Top 250 Global Contractors' listesinde her yıl olduğu gibi bu yılda Çin 79 firmayla ilk sırada yer alırken, Türkiye bu yıl listede 42 firmayla yer alarak ikinci sırada kendisine yer buldu. ABD ise 41 firmayla üçüncü sıraya geriledi.

Howden ACP Genel Müdürü Ercan Eryaşar, dünyanın önde gelen sigorta broker şirketlerinden biri olarak Türk müteahhitlerin yurtdışında yaptıkları yatırımlarda yanlarında olduklarını söylüyor. Türk müteahhitlik firmalarının yurtdışında yaptıkları işlerle güven ortamı oluşturduğuna vurgu yapan Eryaşar, "Türk müteahhitler yurtdışında milyar dolarlık projelere imza atıyor. Biz de dünya çapında faaliyet gösteren ve Türkiye yapılanmasında da alanında tecrübeli bir ekibe sahip şirket olarak, Türk müteahhitlere yapacakları yatırımlarda, risk analizinden kontrat yükümlüklerine kadar birçok alanda çözümler sunuyoruz. Howden olarak Türk müteahhitlik firmalarına hem yerel uygulamalara hakim hem de Türkiye'deki alışkanlıkları bilen uzmanlarımızla birlikte hizmet veriyoruz" diyor.

Türkiye'nin yurtdışı pazarlarda inşaat alanında en önemli ikinci ülke olarak görülmesinin, tüm sektörün önünü açan bir

## Avrupa'dan Afrika'ya...

Türk müteahhitler ağırlıklı olarak, Doğu Avrupa, Ortadoğu, Türk Cumhuriyetleri, Afrika ve Rusya gibi geniş bir coğrafyada müteahhitlik hizmeti veriyor. Avrupa kıtası ve Rusya'da yapılan işlerin büyüklüğü yaklaşık 8,8 milyar dolar seviyelerinde iken ardından 5,6 milyar dolarlık büyüklükle Ortadoğu geliyor. Afrika kıtasında da Türk müteahhitler bir hayli aktif durumda. Afrika kıtasında Türk müteahhitlerin imza attığı projelerin büyüklüğü ise 3 milyar dolar civarında. Asya kıtasında yapılan işlerin büyüklüğü de 2,5 milyar dolar seviyelerinde.



güven ortamı yarattığını belirten Eryaşar, Howden İnşaat Riskleri Yönetimi ekibi olarak da Türkiye'deki altyapı inşaatları ve yurtdışı müteahhitlik projeleri üzerine yoğunlaştıklarını dile getiriyor.

### Efektif çözümler

Türk müteahhitlik sektörü dünyada 100'ün üzerinde ülkede faaliyet gösteriyor. Bu da farklı ülkelerde, farklı coğrafyalarda

çeşitli riskleri göze almak anlamını taşıyor. Howden, dünya çapında 100'e yakın ülkede faaliyet gösteren stratejik olarak konumlandırılmış büroları, partnerleri ve ihtisas uygulamaları sayesinde yerel ve global hizmetlerini ve çözümlerini, müşterilerine ihtiyaç duydukları zaman sunabiliyor. Ercan Eryaşar, bu sayede yurtdışında projeler üstlenen Türk müteahhitler hem yerel uygulamalara hakim hem de Türkiye'deki alışkanlıkları bilen uzmanlar ile görüşerek efektif çözümlere ulaşabildiklerini vurguluyor.

Projeler uluslararası nitelikli olsa bile, ülkelerin kendine özgü çeşitli kanunları, kuralları ve uygulamalarının mevcut olduğuna dikkat çeken Eryaşar, "Bu tarz farklılıklar ve yarattıkları zorluklar ile sigorta konusunda da sıklıkla karşılaşıyorlar. Yerel tecrübeye sahip uzmanlar vasıtasıyla, ilgili ülkelerdeki sigorta şirketlerinin güvenilirliği tespit edilebilir ve özellikle hasar ödeme durumundaki tavırları hakkında bilgi almak mümkün olabilir" diye konuşuyor.



ERCAN ERYAŞAR

gorta dökümantasyonunun takibini yaparken, hasar yönetimi ve danışmanlığı konusunda da varız.”

#### Milyar dolarlık projeler

Türk müteahhitlerin yurtdışı projeleri ağırlıklı olarak Ortadoğu ve Rusya'nın da dahil olduğu, Avrupa ve Afrika kıtasında yoğunlaşıyor. Türk müteahhitler özellikle Batı Avrupa'daki payını artırarak Çin ve Güney Kore firmalarının önünde yer alıyor. Türk firmaların ihaleleri ve faaliyetleri incelendiğinde de kıtasal olarak yapılan işlerin büyüklüğü ortaya çıkıyor. Türk müteahhitler ağırlıklı olarak, Doğu Avrupa, Ortadoğu, Türki Cumhuriyetler, Afrika ve Rusya gibi geniş bir coğrafyada müteahhitlik hizmeti veriyor. Avrupa kıtası ve Rusya'da yapılan işlerin büyüklüğü yaklaşık 8,8 milyar dolar seviyelerinde. Hemen ardından 5,6 milyar dolarlık büyüklükle Orta Doğu geliyor. Afrika kıtasında da Türk müteahhitler bir hayli aktif durumda. Afrika kıtasında Türk müteahhitlerin imza attığı projelerin büyüklüğü ise 3 milyar dolar civarında. Asya kıtasında yapılan işlerin büyüklüğü de

#### Çok yönlü hizmet

Türkiye'den uzakta, farklı coğrafyalarda projeler üstlenen Türk müteahhitlerinin bu süreçte kontrat yükümlülüklerinden hasar yönetimine kadar takip edilmesi gereken süreçler ve farklı ihtiyaçları da oluşuyor. Eryaşar, Howden olarak, Sigorta ve Risk Yönetimi Danışmanlık çözümleri ile Türk müteahhitlerin yurtdışındaki projelerinde yanlarında olduklarını dile getiriyor.

Eryaşar, dünyanın önde gelen sigorta broker şirketlerinden biri olarak projelere sundukları hizmetleri şöyle özetledi: “Projenin doğası gereği oluşan riskin analizini

yapıyor, kontrattan kaynaklanan yükümlülüklerin tespitini sağlıyoruz. Sigorta kanunları ve uygulamaları hakkında danışmanlık veriyoruz. Fiziksel ve kontratsal yükümlülüklerin optimizasyonuna bakıyoruz. Tekliflerin toplanması aşamasında Türk ve yerel sigorta şirketleri ile uluslararası reasürans firmalarını koordine ederek optimum şartların teminini sağlıyoruz. Girişim ortaklarının ve taşeronların koordinasyonu noktasında hizmet veriyoruz. Gerekliğinde işveren ve kredilerle direkt bağlantı sağlıyoruz. Global bilgi ağına hakim olduğumuz için bu alanda da hizmet verebiliyoruz. Si-

2,5 milyar dolar.

Ercan Eryaşar, “Bölgesel olarak baktığımızda Türk müteahhitlerinin yurtdışı projelerinin yoğunluklu olarak Ortadoğu ve Rusya'nın da dahil olduğu, Avrupa ve Afrika kıtasında aktif rol aldığı görülüyor. Ayrıca elde edilen veriler neticesinde Türk müteahhitlerin özellikle Batı Avrupa'daki payını artırarak Çin ve Güney Kore firmalarının önünde yer aldı. Türk müteahhitlerin ağırlıklı olarak, Doğu Avrupa, Ortadoğu, Türki Cumhuriyetler, Afrika ve Rusya gibi geniş bir coğrafyada müteahhitlik hizmeti verdiğini söyleyebiliriz” diyor.

# Hepsiburada'dan deprem bölgesine destek taahhüdü

Deprem bölgesindeki girişimci kadınları ve yerel üreticileri güçlendirme hedefiyle yola çıkan Hepsiburada, 'Deprem Bölgesine Ticaret ve Teknoloji Gücü' programını hayata geçirdi. Şirket, iki yıl boyunca bölgedeki 10 bin KOBİ'yi ve esnafı kendi teknoloji, lojistik ve pazarlama olanağıyla destekleyecek. İki yıl içinde bölgeden yapılan e-ticaret kapasitesinin 10 milyar TL'ye çıkarılması, 120 bin kişinin istihdamına ve 500 bin kişinin geçimine katkı sağlanması amaçlanıyor.

Depremi ilk gününden itibaren depremde vatandaşların yardımına koşmak için pek çok destek projesini bir arada yürüten Hepsiburada, bunun yanı sıra deprem bölgesindeki iş ortakları, girişimci kadınlar ve yerel üreticiler için de hızlı biçimde aksiyon aldı. Üretimi ve ticareti yeniden canlandırarak bölgeye destek olma yolunda e-ticaretin çok önemli bir rolü olduğu gerçeğiyle hareket eden şirket; depremlerden etkilenen 11 şehirde sürdürülebilir ve kalıcı refahın sağlanmasını desteklemek için açıkladığı 'Deprem Bölgesine Ticaret ve Teknoloji Gücü' programını hayata geçirdi.

## 1000 kişiye doğrudan istihdam

'Deprem Bölgesine Ticaret ve Teknoloji Gücü' programı kapsamında Hepsiburada,

## hepsiburada



bölgedeki 10 bin KOBİ'yi ve esnafı iki yıl boyunca kendi teknoloji, lojistik ve pazarlama olanaklarıyla destekleyecek. Bölgede e-ticaret yapmaya devam eden ve desteklerle

yeni işletme kurmak isteyen toplam 10 bin iş ortağı; sektörleri, büyüklükleri, işletme yapıları, teknolojik ve ticari kapasitelerine göre değişecek farklı desteklerle ve tüm Türkiye için kurgulanacak özel kampanyalarla iki yıl boyunca desteklenecek.

Hepsiburada, 'Deprem Bölgesine Ticaret ve Teknoloji Gücü' programıyla iki yıl içerisinde bölgeden yapılan e-ticaret kapasitesini 10 milyar TL'ye çıkarmayı hedefliyor. Bölgede e-ticareti artırmaya yönelik desteklerin ve yatırımların etkisiyle 120 bin kişinin istihdamına ve 500 bin kişinin geçimine katkı sağlanması amaçlanıyor. Ayrıca lojistik ve müşteri hizmetleri organizasyonu kapsamında bölgede 1000 kişiye doğrudan istihdam da sağlanacak.

## 'Bir Gülüş Yeter' diyerek çocuklarla buluştu



'Hepsiburada Sözü' sloganıyla deprem bölgesine yönelik pek çok projeyi hayata geçireceğini taahhüt eden Hepsiburada, depremden etkilenen çocuklar, gençler ve aileleri için destek çalışmalarına da başladı. Hepsiburada çalışanlarının da gönüllü olarak katılım gösterdiği 'Bir Gülüş Yeter' etkinlikleri, 11 Nisan'da Hatay'da ve 13 Nisan'da Gaziantep'te gerçekleştirildi. Uzman pedagogların gözetiminde, bu etkinlik serisi için hazırlanan özel alanda, resim ve yüz boyama, rüzgâr gülü yapımı, sıfır atık ve kitap okuma etkinliği ile drama atölyeleri gibi çeşitli aktiviteler düzenlendi. Çocuklar, açık alanda dev satranç oyununun yanı sıra sandalye kapmaca, halat çekme ve seksek gibi geleneksel oyunlar da oynadı. 'Bir Gülüş Yeter' etkinlikleri kapsamında çizgi film gösterimleri de yapılırken bu etkinliklere sivil toplum kuruluşları da destek verdi. Melekler Yaşam Köyü Derneği ile hayvanları besleme etkinliği düzenlenirken, Temiz Atık Derneği ile atölye çalışmaları gerçekleştirildi.

## “Biz üretip çalışmaya devam edeceğiz”

“Doğu Akdeniz in en güzel noktalarından biri ve Türkiye'nin ilk organik köylerinden olan Hatay'ın Vakıflı Köyü'nde faaliyet gösteriyoruz. Kooperatifimizi 33 kadınla beraber kurduk ve işe yaptığımız reçelleri satışa sunarak başladık. Şu anda da 33 kadın hep beraber bu ürünleri kooperatif çatısı altında tek bir üretim atölyesinde üretip satışa sunuyoruz. Pandemi öncesinde yalnız buraya gelenlere satış yapıyorduk. Ancak pandemi döneminde kimse gelmeyince yeni pazarlar bulmamız gerektiğini anladık ve Hepsiburada ile çalışmaya başladık. Hepsiburada bize çok büyük bir yardım eli uzattı. Hepsiburada sağladığı kargo desteğiyle, komisyon konusunda sunduğu kolaylıklarla kendi kendine üretip satmaya çalışan biz kadınlara büyük bir destek sundu. Deprem felaketinde herkesin olduğu gibi biz de kötü etkilendik ama Hepsiburada 'Her Sipariş Bir Destek' kampanyası ile işlerimiz çok güzel rayına oturdu, siparişlerimiz çoğaldı. Biz üretip çalışmaya devam edeceğiz.”



### 'E-ticaret İhtisas Merkezi' kurulacak

'Ticareti dijitalleştirme' misyonuyla hareket eden Hepsiburada, bu dönemde satıcıları desteklemek için 'Her Sipariş, Bir Destek' projesini de hayata geçirdi. Bu projeye deprem bölgesinde faaliyet gösteren üreticilerin ve kadın kooperatiflerinin yöresel ürünleri, ticari amaç gütmeksizin satışa sunuldu. Bu uygulama, kısa bir süre sonra deprem bölgesinde bulunan tüm işletme, üretici ve esnafa da açıldı. 'Her Sipariş Bir Destek' projesinde deprem bölgesindeki satıcıların mart ayı içerisinde toplam satış hacimlerini 250 milyon TL'nin üzerine çıkardığı ve 10 Nisan itibarıyla deprem bölgesinde toplam 1.650 girişimci kadın ve kadın kooperatifinin Hepsiburada'da satış yapmaya devam ettiği bilgisi veriliyor.

Satıcılara e-ticaret ve pazarlama gibi konularda online eğitimler ve daha fazla müşteriye ulaşmalarını sağlamak amacıyla 5 bin TL'lik HepsiAds desteği sağlanırken deposu depremden zarar görmüş iş ortaklarına, Hepsiburada'nın bölgedeki lojistik olanakları çerçevesinde depolama hizmet

verildiği de kaydediliyor. Ayrıca Hepsiburada, deprem bölgesindeki üç şehirde; e-ticaret ekosisteminin büyüyen gelişmesi ve küçük işletmelerin ofis, stok, lojistik, pazarlama, müşteri hizmetleri ve eğitim ihtiyaçlarına yanıt vermesi için 'E-ticaret İh-

tiyas Merkezi' projesini de hayata geçirmeyi planlıyor.

### Kadın girişimcilere özel adımlar

2017'de KAGİDER desteğiyle girişimci kadınların e-ticarete adım atmasını sağlama hedefiyle 'Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü' adlı programı hayata geçiren Hepsiburada, program kapsamında beş yıldır 41 binin üzerinde girişimci kadına ve kadın kooperatiflerine önemli destekler sundu. Hepsiburada, deprem sonrası da kadın girişimcilere özel adımlar atmaya devam ediyor. Şirket, 'Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü' programı kapsamında, deprem bölgesindeki 5 bin girişimci kadına destek vermeyi hedefliyor. Bu kapsamda platform üzerinden satış yapan girişimci kadın ve kadın kooperatifleri içerisinde deprem nedeniyle üretim ve tedarik süreçlerine devam edemeyenlere depolama, paketleme, kargo hizmetleri başta olmak üzere pek çok hizmet sunulduğu da aktarılıyor.

### Hatay'ı ziyaret ettik

Biz de Hepsiburada'nın girişimci kadınlara ve yerel üreticilere yönelik çalışmalarının detaylarını öğrenmek için bu program kapsamında desteklenen şehirlerden biri olan Hatay'a geldik ve şirketin kadın iş ortaklarından üçünü ziyaret ettik. Hepsiburada'nın 'Her Sipariş Bir Destek' projesiyle



MERİÇ ÇİFTLİĞİ KURUCUSU SERRA NALÇABASMAZ-SÜHEYLA NALÇABASMAZ-GÜLİN NALÇABASMAZ



DEFNE APOLLON İPEKÇİLİK SAHİBİ TUĞÇE DUMAN-EMEL DUMAN VE BEDİA DOĞRUEL

siparişlerini ve cirolarını önemli ölçüde artıran Neşeli Mutfak ve Vakıf Köy Kadın Kooperatifi ile Hepsiburada'ya mart ayında katılan Meriç Çiftliği ve Defne&Apollon İpekçilik isimli girişimlerin kurucularından detaylı bilgi aldık.

### “Ayağa e-ticaret ile kalkacağız”

Zeytinin ana vatanı olan bilinen bölgenin Suriye sınırında 150 yıldır tarım faaliyetleri sürdüren Antakyalı bir aile tarafından kurulan Meriç Çiftliği, sahip olduğu 4 bin 500 dönümlük alanın 2 bin 500 dönümünü işliyor ve 110 bin zeytin ağacına ev sahipliği yapıyor. Buranın Türkiye'nin 12'nci büyük zeytin plantasyonu olduğunu söyleyen Meriç Çiftliği'nin sahiplerinden Işıl Nalçabasmaz, bölgeye özgü zeytin çeşitlerini yine çiftlik içerisinde bulunan yeni teknoloji yağhanede işlediklerini ve 'Elea Antiocheia' markasıyla tüketicilerle buluşturdıklarını belirtiyor.

Deprem öncesinde farklı sektörlerde de iş yaptıklarına ancak mevcut durumda devam edebildikleri tek sektörün zeytincilik olduğuna dikkat çeken Işıl Nalçabasmaz, “Bu noktada e-ticaretin devam ediyor olması tekrar hayata dönebilmemiz için bize umut ışığı oldu. Ayağa e-ticaret ile kalkacağız” diyor. E-ticarette çok yeni olduklarının ve Hepsiburada'nın ilk günden itibaren kendilerine destek verdiğinin de altını çizen Nalçabasmaz, çok hızlı ilerlemeye ve işleri kolayca halledebilmeye başladıklarını da sözlerine ekliyor.

### “Yerel üreticiye destek sözünü tutuyor”

Hatay'da 25 yılı aşkın süredir ipekböceği üretimi ve el dokumacılığı ilgilene bir aile tarafından kurulan Defne&Apollon İpekçilik; Hatay topraklarında, bu geleneği yaşatarak gelecek nesillere aktarma misyonuyla çalışmalarını sürdürüyor. İpekböceği yetiştiriciliğinin ve el dokumacılığının nesillerdir aile kültürünün bir parçası olduğunu kaydeden Defne&Apollon İpekçilik sahibi Tuğçe Duman, “Bu işletme, ailemizin bir-

### NEŞELİ MUTFAK KURUCUSU DİLEK TECİRLİ



likteğinin ve el emeğinin mükemmel bir yansıması” diyor.

Her işletme gibi Defne&Apollon İpekçilik de deprem felaketinden çok etkilenmiş durumda. Bundan sonra eskisinden daha güçlü olmak için çok daha yoğun çalışarak daha fazla insana ulaşmayı hedeflediklerini söyleyen Tuğçe Duman, “Hepsiburada bizi hızlı şekilde ayağa kaldırmak için çok destek oldu. Hepsiburada'nın yerel üreticiye destek sözünün altını doldurduğunu gördük” diyor. İlk hedefin işleri toparlayabilmek olduğunu belirten Duman; ilk etapta en azından ellerindeki hazır ürünleri satarak çalışanlarını yeniden bünyelerine almak istediklerine de değiniyor. Tuğçe Duman; sonrasında bu işi büyütüp genişleterek daha fazla insana istihdam sağlamayı planladıklarını, çünkü buradan depremden beri hiç ayrılmadıklarının ve ayrılmak istemediklerinin de sözlerine ekliyor.

### “Lojistik destekler iş yükümüzü hafifletti”

Dilek Tecirli tarafından kurulan Neşeli Mutfak, Hatay Mutfak'ının temelini oluşturan tüm ürünleri, hiçbir katkı ya da koruyucu madde kullanmadan yüzde 100 doğal ve tamamen hijyenik ortamlarda hazırlayarak tüketime hazır hale getiriyor. Ürünü topraktan sofraya getirdiğini söyleyen Neşeli Mutfak'ın kurucusu Dilek Tecirli, şu bilgileri veriyor: “E-ticaretin hayatımızda bu kadar önemli bir yol oynayacağını tahmin etmezdim. Hepsiburada bu konuda bize ayrı bir yol açtı. Son bir yıldır çok faydasını gördüğüm Hepsiburada'nın ilgi ve desteğini depremin ilk gününden itibaren de gördük. İnsani yardımlarının yanı sıra, Hepsiburada iş ortağı olduğum için işin çok hızlı ayağa kaldırdık. Sağladıkları teknolojik ve fiziksel olanaklar sayesinde kısa sürede tekrar sipariş almaya ve işimi yapabilmeye başladım. Özellikle sağlanan lojistik destekler bize çok fayda sağlayarak iş yükümüzü hafifletti. Cirolara baktığımda e-ticaret ile ilerleyebildiğimi de çok net görüyorum. Bu nedenle çevremdeki kadın üreticileri de e-ticarete yönlendirmeye çalışıyorum. Hatay'da bayrağı kadınlara devraldı. En küçük esnaftan en büyük sanayisine kadar olanağı olan herkes tekrar Hatay'a dönmeli ve bu bölgeyi yeniden toparlamalıyız.”

# Kimlik kartı sahteciliğine çözüm geliştirdi

Türkiye'nin ilk onaylı mobil kimlik doğrulama cihazı biOnay, kimlik sahteciliğinin ve dublör kullanımının önüne geçiyor. biOnay Kurucu Ortağı Ümit Yaşar Usta, "Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'yle iş birliğimiz bir başlangıç. Önümüzdeki süreçte devletin diğer kurumlarıyla da iş birliklerimiz olacak" diyor.

Yaklaşık altı yıl önce dağıtımına başlanan çipli kimlik kartlarında kullanıcı sayısı 80 milyona yaklaştı. Dijital dönüşümün önemli ayaklarından biri olan çipli kimlik kartı sayesinde kimlik sahteciliğinin ve dublör kullanımının önüne geçmek mümkün hale geldi. Türkiye'nin ilk onaylı mobil kimlik doğrulama cihazı biOnay, bu ihtiyaca yönelik olarak kuruldu. Türkiye'de e-fatura, e-ihale ve mobil imza kavramlarının oluşmasında etkin rol alan elektronik güvenlik şirketi EGA ve otomotiv markalarına elektronik, elektromekanik ve mekatronik ürünler geliştiren KAT Mekatronik'in güç birliğiyle temelleri atılan biOnay, kamudan özel sektöre kimlik doğrulamanın gerekli olduğu

tüm işlemlerde güvenliği sağlayarak kurumsal müşterilere uçtan uca anahtar çözümler sunuyor.

Mobil bir cihaz olan biOnay, çipli kimlik kartı kullanımıyla parmak izi doğrulamasını yaparak kurumlarda olası sahtecilik işlemlerinin önüne geçilmesini sağlıyor. EGA'nın sağladığı Bionay Kimlik Doğrulama Hizmet Sağlayıcı (KDHS) platform yazılımlarıyla son dönemde Ziraat Bankası, tapu müdürlükleri ve noterlerle anlaşmalar yapıldı. Hali hazırda şirket, Türkiye genelinde 973 tapu ve kadastro müdürlüğünde 2 bin, Ziraat Bankası şubelerinde ise 1.000 cihazıyla hizmet veriyor. biOnay



ÜMIT YAŞAR USTA



Kurucu Ortağı Ümit Yaşar Usta, 2024 sonuna kadar bu rakamın 40-50 bin adetlere çıkartmayı planladıklarını söylüyor.

## 700 bin kişi işlem yaptı

biOnay Kurucu Ortağı Ümit Yaşar Usta, 2023 yılı içerisinde KDHS platformu ve biOnay, cihazlarının tapu sistemlerine tam entegrasyonu ve kimliklere yüklenecek e-izmalarla güvenilir ve hızlı elektronik işlemler gerçekleştirilmesi hedeflendiğini söylüyor. Geçtiğimiz iki ayda yeni kimlik kartıyla 700 bin kişi işlem yaptı, bu sayının yıl sonuna kadar 5 milyon aşması bekleniyor. Yeni dönemle birlikte yaşanan pek çok mağduriyetin ve dolandırıcılık hadisesinin önüne geçilebildiğini söyleyen Ümit Yaşar Usta, "Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğüyle iş birliğimiz bir başlangıç. Önümüzdeki süreçte devletin diğer kurumlarıyla da iş birliklerimiz olacak. biOnay'ın sunduğu pek çok avantaj var. Kimlik sahteciliğinin önüne geçerek şahısların mağduriyetini engeller, kurumların maddi kayıplarını azaltır, işlem hızını artırarak verimi yükseltir, güvenlik önlemleri sayesinde itibarı güçlendirir ve sunulan uçtan uca yazılım hizmeti sayesinde kişisel verilerin korunmasını sağlar" dedi.

## Noterler de kullanılıyor

"biOnay cihazını noterler de kullanılıyor. Ürün, noterlerde yaşanabilecek mağduriyet ve sahtecilik işlemlerinin önüne geçilmesinin yanı sıra personel ve vatandaşın işlemlerinin daha güvenli sonuçlandırılmasını sağlıyor. Böylece personelin motivasyonunun artmasına, işlemlerin daha hızlı yapılmasına, güvenliğin ön planda tutularak karşılaşılabilecek risklerin minimize edilmesine imkan tanıyor. Önümüzdeki süreçte konut satışlarının da noterler üzerinden yapılması durumunda KEC kullanımının elzem hale gelecek."

# Türkiye geri dönüşümde üretim üssü olabilir

Geri dönüşüm sektörü KDV üreten ve buna bağlı olarak Türkiye'nin ihracat rakamlarına katkı yapan önemli sektörler arasında ilk sıralarda yer alıyor. Geri Dönüşümcüler ve Geri Kazanımcılar Derneği (GEKADER) Kurucu Başkanı Fatih Eren, "Hayata Geçirilecek Yeni Teşvik Uygulamaları ve İKMİB ve TİM'in de desteğiyle ve etkin çalışmasıyla ihracat rakamlarında artış seyredebiliriz. Türkiye 2040'a kadar dünyanın üretim üssü olabilir" diyor.

Türk geri dönüşüm sektörü her yıl büyüme trendini sürdürüyor. Sayıları her geçen gün artan geri dönüşüm tesisleri, kapasiteleriyle büyük beğeni toplayarak birçok Avrupa ülkesinin altyapısını da geride bırakıyor. Türkiye'nin bu başarısı beraberinde ihracat olarak tabloya yansıyor. Geri Dönüşümcüler ve Geri Kazanımcılar Derneği (GEKADER) Kurucu Başkanı Fatih Eren, "Hem iç pazardan hem de Avrupa'dan ithal edilen geri dönüşürülebilir hurda atıktan sadece GEKADER özelinde 2022 yılı içerisinde yaklaşık 1,2 milyar TL'lik ihracat geliri elde edildiğini saptadık. Enerji ve istihdam maliyetleri yüksek olmasaydı belki de ihracatta 2 milyar TL'lik gelir elde edebilirdik" diyor.

İhracat tarafında İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) kurumuna gelecek dönemde büyük görevler düştüğüne dikkat çeken Fatih Eren, "İKMİB ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) gibi birliklerin çalıştay buluşmalarına geri dönüşüm sektöründe ihracat yapan firmaları da dahil etmeleri ve gelecek dönem global pazar stratejileri konusunda istişare edilmesi gerekiyor. Tespit edilen hedef ülkelerdeki pazar beklentileri analiz edilerek doğru stratejilerle Türk geri dönüşüm sektörüne bilgiler verilmeli. Böylece ihracat rakamını ikiye katlamamız için bile değil" diye konuşuyor.

## 2040'a kadar üs olabiliriz

Türkiye'nin 2040'a kadar dünyanın üretim üssü olabileceğini belirten Eren, şu bilgi-



leri veriyor: "Türkiye, sadece geri dönüşüm sektöründe değil, birçok sektörde gelecek dönemde hem genç nüfusa sahip olması, üretimdeki enerji maliyetlerinin Avrupa ülkelerine kıyasla makul seviyelerde olması, hem de coğrafi avantajı ile Avrupa'nın üretim üssü olmaya aday ülkeleri arasında gösteriliyor. Türkiye coğrafi konumunun

lojistik avantajıyla dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer alıyor. İpek Yolu'ndan bu yana tarihin her döneminde farklı ticaret rotalarına ev sahipliği yapıyor. Dünyanın bu ticaret rotası nasıl dün Türkiye'den geçiyorsa, yarın da bu topraklardan sürüp gitmeye devam edecektir. Teknolojik gelişim ve yatırım bu hızla giderse 2040 yılına kadar Türkiye bambaşka bir çehreye bürünerek Avrupa'daki birçok ülkenin üretim üssü haline gelebilir."

## İstihdam sağlıyor

Geri dönüşüm sektörü KDV üreten ve buna bağlı olarak Türkiye'nin ihracat rakamlarına katkı yapan önemli sektörler arasında ilk sıralarda yerini alıyor. Geri dönüşüm bugün binlerce tesisin çatısı altında, dolaylı yoldan yüzbinlerce kişiye iş olanağı sağlayan sektörler arasında. İster kâğıt, ambalaj veya pet geri dönüşüm tesisi olsun, ister biyokütle tesisi olsun, geri dönüşüm sektörü her geçen farklı sektörlerden ya-

## Genç nüfusa sahip olmak avantaj

Türkiye, sadece geri dönüşüm sektöründe değil, birçok sektörde gelecek dönemde hem genç nüfusa sahip olması, üretimdeki enerji maliyetlerinin Avrupa ülkelerine kıyasla makul seviyelerde olması, hem de coğrafi avantajı ile Avrupa'nın üretim üssü olmaya aday ülkeleri arasında gösteriliyor. Türkiye coğrafi konumunun lojistik avantajıyla dünyanın sayılı ülkeleri arasında gösteriliyor. Tarihin her döneminde farklı ticaret rotalarına ev sahipliği yapıyor. Teknolojik gelişim ve yatırımlar bu hızla giderse 2040'a kadar Türkiye bambaşka bir çehreye bürünerek Avrupa'daki birçok ülkenin üretim üssü haline gelebilir.



FATİH EREN



tırmıcıların ilgisini çekiyor. Diğer taraftan sektörde faaliyet gösteren şirketler de büyüme trendini sürdürüyor. Hal böyle olunca da geri dönüşüm sektöründe üretim kapasiteleri ve buna bağlı olarak KDV üretimi, istihdam, ihracat rakamlarında da artış sürüyor.

### 1,1 milyar TL'lik ihracat

GEKADER üyeleri özelinde yapılan çalışmanın detaylarını anlatan GEKADER Kurucu Başkanı Fatih Eren, şu bilgileri veriyor: "Türk geri dönüşüm sektörü, belli dönemlerde uluslararası çevre örgütleri tarafından büyümesi engellenmek suretiyle aşığıya doğru çekilmeye gayret gösteriliyor. Türkiye'de faaliyet gösteren geri dönüşüm tesisleri "çöp" ithal eden bir sektör olarak gösterilmektedir. Hiçbir sanayici iş insanı çöpe attığı bir malzemenin vergisi, nakliyesi dâhil ödeyerek satın almaz. Öte yandan

aslına bakarsanız çöp diye bir şey yoktur. Çöp olarak atılan tüm atıkların bugün yüzde 90'ının Türkiye'de geri dönüşümü söz konusudur. Geriye kalan yüzde 10'luk dilimi ise yine biyokütle tesislerinde yakılarak enerjiye dönüştürülmektedir. Geri Dönüşümcüler ve Geri Kazanımcılar Derneği çatısı altında ihracat konusunda bir dizi çalışmalar yaptık. Derneğe üye şirketlerimizin 2022 yılı içinde yaptığı toplam ihracat rakamı 1 milyar 118 milyon TL olduğunu hesapladık. Elde edilen bu ihracat rakamının içinde Avrupa'dan ithal edilen geri dönüştürülebilir atıklardan üretilen plastik ve türevi ham maddelerin olduğu da unutulmamalıdır."

Türkiye'de enerji maliyetlerine bağlı olarak sanayi tarafında artışların sürdüğünü hatırlatan Fatih Eren, "Bugün Rusya-Ukrayna arasında yaşanan gerilim her ne kadar bitti diye kabul edilse de, göz ardı edilse de; etkileri tüm Dünya ülkelerinde

hissediliyor. Enerjiye bağlı üretim maliyetlerindeki artış, pandemi koşullarından sonra sektörde sürekli ve kalıcı istihdam sorunları, barınma ve işçi maliyetlerindeki artış gibi üretimi yavaşlatan veya maliyetlerini yükselten enstrümanları da hesaba katmak lazım. Şayet bu pürüzler olmasaydı bu rakam sadece GEKADER özelinde rahatlıkla 2 milyar TL olacaktı" diyor.

Fatih Eren, hayata geçirilecek yeni teşvik uygulamaları ve birliklerdeki STK'ların daha etkin çalışmasıyla ihracat rakamlarında artış seyredebileceğini vurguluyor.

### Fuarlar önemli

Geri dönüşüm sektörünün temsilcileri Almanya, Hollanda, İtalya, Polonya, Meksika, Kanada, Dubai gibi ülkelerde sektör buluşmaları kapsamında yılın belli dönemlerinde fuar ve organizasyon vesilesiyle bir araya geliyor. Bu tip organizasyonlar, hangi sektörde olursa olsun, gelecek trend ve teknolojileri, mevcut pazar araştırması ve beklentilerin analizi konusunda kritik derecede önem arz ediyor. Türkiye'nin diğer ülkelere ve geliştirdiği teknolojiye paralel olarak global pazarda tanıtımı konusunda geride kaldığını ifade eden Fatih Eren, şunları söylüyor:

"Katılımcıların arasında Türk firmalar yeteri kadar yer almadığı için ülkemizde geliştirilen teknolojinin tanıtımı istenilen seviyede yapılamıyor. Uluslararası fuarlar konusunda ithalat ve ihracat yapan firmalara teşviklerin artırılması demek ihracat rakamlarının artırılması ve ülkemize döviz girdisinin artması anlamına geliyor. Bu tarz fuar ve organizasyonları Sanayi Bakanlığı'na desteklense de yine burada sektör temsilcilerine verilen teşviklerin yeterli olmadığını söylesek yanılmış olmayız. Öte yandan Türkiye geri dönüşüm sektöründe AR-GE'ye yaptığı yatırımlar sonucunda geri dönüşümden elde ettiği atıklardan yüzde 99 saflıkta üretim yapabilir durumda. Birçok Avrupa ülkesini de bu manada geride bırakmış durumda. Dolayısıyla TİM, ve İKMİB gibi ilgili birliklere ve bu birliklerin içerisinde yer alan geri dönüşüm derneklerine büyük misyon düşüyor. Hayata geçirilerek yeni teşvik uygulamaları neticesinde Türkiye'nin ihracat rakamlarında artış seyredebiliriz."

# 50 milyon dolarlık koleksiyonla büyüyecek

Elton John'dan Monica Bellucci'ye pek çok dünyaca ünlü isme mücevher tasarlayan Karun Kırış, 2023 yılında önemli bir atağa hazırlanıyor. Kırış, tasarım bedeli 50 milyon doları bulan yeni koleksiyonu ile Monaco ve diğer Avrupa ülkelerinin kültürlerini yansıtan obje ve mücevherleri üretip satmaya hazırlanıyor.

Karun Mücevherat markasıyla, Elton John'dan Monica Bellucci'ye, Cristiano Ronaldo, Jennifer Lopez'den David Beckham'a kadar dünyaca ünlü isimlere mücevher üreten Karun Kırış, 2023 yılında tasarım bedeli 50 milyon doları bulan yeni koleksiyonuyla atak yapmaya hazırlanıyor. Girişimci, 177 adet üründen oluşan bu koleksiyonla lüks mücevher pazarındaki payını artırmayı hedefliyor. Dünyanın önemli isimlerine mücevher tasarlayan Karun Kırış, zanaatkar bir aileden geliyor. Mesleğe yedi yaşında Kapalıçarşı'da çırak olarak başlayan Karun Kırış, işi amcasından öğreniyor. "Amcam ilk Kapalıçarşı'da Çuha Camii'nde bu işe başlamış, ben de 7 yaşından beri Kapalıçarşı'da büyüdüm" diyor Kırış, hafta sonları amcasının yanına giderek işi öğrenmeye çalışıyor. Taş dizme, klase etme ve tasarlama gibi mücevherle ilgili her alanda çalışıp işin inceliklerini öğrenen Kırış, bununla yetinmeyerek yurt dışına gitmeye karar veriyor.

## New York'a gidiyor

İşini ve kendisini geliştirmek için Londra, New York ve Cenevre'ye giden Kırış, hikayesini şu şekilde anlatıyor: "Dünyaca ünlü mücevher markalarıyla beraber iki yıl iş birliği yaparak kendime katma değer kattım. Yenilikleri, yeni bakış açılarını yakından inceleyip bunu tasarımlarıma aktarma fırsatı buldum. Zanaat alanında kendimi yetiştir-

rek, uluslararası eğitimler alarak Gemelog ünvanına sahip oldum" diyor. Daha sonra kendi markasını kurmak için Türkiye'ye geri dönen girişimci önce Kapalıçarşı'da kendi atölyemi kuruyor. Ardından yenilikçi bakış açısını ve farklı tasarımlarını yansıtmak için 2002 yılında Nişantaşı'nda butik, 2007 yılında mağaza girişimci, "En modern teknikleri ve teknolojileri harmanlayarak hayata geçirdiğim tasarımlar çok beğenildi ve dünyaca ünlü isimlerin tercihi oldu. Karun Kırış yurt dışında adına özel davetler düzenlenen, dünyanın önemli mücevher fuarlarına katılan ve uluslararası ödüller alan bir markaya dönüştü" diyor. Bugün en modern teknolojileri el işçiliğiyle buluşturan girişimcinin 30 kişilik bir ekibi var. Üç boyutlu çizimlerle birlikte zanaatı birleştiren ekip, pırlanta, altın, gümüş dışında antialerjik olarak nitelendirilen titanyumu da tasarımlarında kullanıyor.

## Yeni koleksiyonla atak yapacak

Uzun yıllardır pek çok ünlü isme ürün satan Karun Kırış, 2023 yılında önemli bir atağa hazırlanıyor. Kırış, tasarım bedeli 50 milyon doları bulan özel bulan yatırım ile Monaco ve diğer Avrupa ülkelerinin kültürlerini yansıtan obje ve mücevherleri üretip satmaya hazırlanıyor.

Nişantaşı'ndaki mağazasında özel üretim ve satış yaptığını söyleyen Karun Kırış, "Dünyada ve ülkemizde ekonomik kriz nedeniyle

## En iyi tasarımcı ödülü

Karun Kırış, '2022'nin En İyileri' ödül töreninde mücevher sektöründe en iyi tasarımcı ödülünü aldı. Aynı ödül töreninde en iyi iş insanı olarak Ali Koç, en iyi ressam Ahmet Güneştekin, en iyi gazeteci ve TV sunucusu Enver Aysever, en iyi tiyatro erkek oyuncusu Tamer Levent, en iyi tiyatro kadın oyuncusu Demet Akbağ, en girişimci kadın iş insanı Seval Bahçivan da ödül aldı.

bugünlerde kimsenin cesaret edemediği bir adım atıyoruz" diyor. Yeni koleksiyonda kadın ve erkek mücevher tasarımlarının yanı sıra değerli taşlarla bezenmiş masa saati, vazolar, tesbih ve puro aksesuarları, çakı, deri çantalar, parfüm şişesi, tavla gibi obje ve aksesuarlar yer alıyor. 2022 yılını 10 milyon dolar ciroyla kapatan Kırış, önümüzdeki dönemde yeni koleksiyonun verdiği ivmeyle hızlı bir büyüme hedefliyor. Önümüzdeki 1.5 sene içinde 50 milyon dolarlık ciro hedefi olduğunu söyleyen Karun Kırış, bunun önemli bir kısmının yeni koleksiyondan geleceğini söylüyor.

## Online satış

Günümüz şartlarında zincir mağazacılığa inanmayan Karun Kırış bugünlerde yüksek kiralardan maliyetleri arttırdığını, butik mağazanın yanı sıra online satış ile daha verimli olacağına inanıyor. Mücevher ve obje satışlarını 2002 yılından beri Nişantaşı'ndaki tek mağazasında gerçekleştiren Kırış, "Mağazamızın üst katında bulunan atölyede, titiz el işçiliği ile hazırladığımız tasarımlarla farklılaşyoruz. Zincir mağaza-



çlıkta ise bu kalitenin aynı olamayacağını düşünüyorum” diyor.

#### Erkekler için özel ürünler var

Karun Mücevherat kadınlar kadar erkekler için hazırladığı koleksiyonlarla da öne çıkıyor. Kol düğmeleri, kravat iğneleri, bileklikler, kolyeler, yüzükler, çakılar, kemer tokaları, gömlek yaka pimleri ve puro keseceklerinden oluşan geniş bir koleksiyon var. Kiraç, tesbih hobisini de işe dönüştürdü. 90 bin’den fazla tesbih koleksiyonu sayesinde markasına yeni bir boyut getirdi

ve satışlarına büyük etki sağladı. Karun Kiraç, “Hemen hemen her dinin, kültürün bir sembolü olan tesbih, Karun Mücevherat’ın önemli bir bölümünü oluşturuyor. Her detayına tıpkı mücevher yapımında olduğu gibi özen gösterilen tesbihler, erkeklerin ve kadınların ilgi duyduğu bir aksesuar haline geldi. Tanelerin tek tek torna işçiliğiyle hazırlandığı, imame ve duraklarındaki ince detaylar ve farklı tasarımlar hem hediye edilmek için hem de günlük hayatta kullanılmak ve meditasyon için özel bir mücevher halini aldı” diye konuşuyor.

#### Yeni konsept

Karun Kiraç, büyük projelere ve devlet başkanlarına yaptığı özel objelerin işlerinde önemli yer tutmaya başlamasıyla Karun Homer ismiyle objeler sattığı ayrı bir mağaza açtı. Nişantaşı’nda bulunan Karun Homer’da tamamen el işçiliği olan bıçaktan mektup açacağına, masa üstü saatten muma kadar uzanan geniş yelpazede bir koleksiyon yer alıyor. Değerli taşlar ve farklı tasarımlarla objelere değer katan Karun Kiraç, “Biz her zaman atölyemize büyük önem verdik, zaten farkımız da buradan geliyor. Her zaman ustalarımıza yatırım yaptık. İşimizden kazandığımızı yine işimize yatırıyoruz. Çok önemli insanlar için özel objeler ürettik. Şimdi bu özel objelere Karun Home mağazamızla herkesin ulaşabilmesini sağlıyoruz. Mücevherlerimizde ve özellikle dünyada bir numara olduğuna inandığım erkek koleksiyonumuzda olduğu gibi ev objelerimizde de çok iddialıyız” diyor.

### Türkiye’de markalaşma artıyor

Mücevher sektöründe önemli bir üretici ve ihracatçı konumunda olan Türkiye’de son yıllarda üretimin yanı sıra markalaşarak dünyaya açılmaya başlayan şirketler öne çıkmaya başladı. Sektör geçtiğimiz yılı 3,9 milyar ihracatla kapattı. 2023 için 7 milyar dolarlık bir hedef var. Katma değerli lüks ürünlerle sektörde farklılaştıklarını söyleyen Karun Kiraç, yüksek ihracat rakamlarına yüksek katma değerli üretimle ulaşabileceğini söylüyor. Marka olarak lüks ürünlere odaklandıklarını belirten Kiraç, koleksiyonlarında fiyatı 1 milyon Euro’yu aşan ürünler olduğunu belirtiyor.

# Alışverişi döngüselleştiren Nivogo yeni illere açılacak

Moda sektöründe üretim, 20 yıl öncesine kıyasla yüzde 400 artmış durumda. Günümüzde üretilen her kıyafet, ortalama 7 kez giyildikten sonra çöpe atılıyor. UNECE Sürdürülebilir Moda Raporu'na göre her yıl dünyada 100 milyarın üstünde yeni moda ürünü üretiliyor, 85 milyar ürün ise farklı sebeplerden imha ediliyor. İstatistiklere göre hızlı moda sektörü; küresel atık suyunun yüzde 20'sinden, küresel karbon emisyonlarının yüzde 10'undan ve okyanuslardaki plastik kirliliğinin yüzde 35'inden sorumlu olarak petrol endüstrisinden sonra dünyamızı en çok kirleten ikinci endüstri. Öte yandan World Resources Institute'nin verdiği bilgilere bakacak olursak, moda endüstrisinde her yıl 2 milyon olimpik havuzu dolduracak kadar su harcanıyor. Her yıl moda endüstrisi tarafından yaklaşık 93 milyar metreküp su kullanılıyor. Sadece bir tişörtün yapımında ortalama 2 bin 700 litre su kullanılıyor.

Tüm bu veriler ışığında yaşanan iklim krizinin etkileri üretim ve tüketimde sürdürülebilir yaklaşımların yaygınlaşmasının zorunluluk olduğuna işaret ediyor. Dev şirketlerin ilk gündem maddesi haline gelen sürdürülebilirlik ve yeşil ekonomi girişimcilerin de odağında. İmha edilecek tekstil ürünlerini geri kazandıran ve çanta ayakkabı gibi ürünleri ise yenilemeyle tekrar tüketicilerin kullanımına sunan Nivogo da sürdürülebilirliği tüketicilerin hayatının merkezine taşıyan bir girişim olarak kuruldu. Şubat 2021'de faaliyetlerine başlayan ve şu an yüzde 55'i kadın olmak üzere 100'den fazla kişiye istihdam sağlayan Nivogo, alışverişi döngüselleştiren döngüsel ekonomi girişimi. Kağıthane'de 400 metrekarelik bir alanda başlayan yolculuk, o günden bugüne geçen iki yılı aşkın süre sonunda Gebze'de

Ağustos 2022 yılında Türkiye'nin ilk döngüsel mağazasını Akasya AVM'de açan Nivogo; Aras Bulut İynemli, Fırat İşbecer, Önder Öztarhan ve Akış GYO'dan aldığı yatırımlarla 10 milyon dolar değerlemeye ulaştı. Yenilenmiş ürünlerin bulunduğu döngüsel mağazalarını Maltepe Park, Kale Center ve Neomarin AVM'ye de taşıyarak şu an dört mağazada hizmet veren Nivogo, yakın zamanda İzmir ve Ankara'da yeni mağazalar açmayı planlıyor. Nivogo CEO'su Arnas Akbaş, hedeflerinin yılın sonuna kadar başka illere de açılarak tüm Türkiye'yi döngüsel alışverişle tanıştırmak üzere mağaza yatırımını artırmak olduğunu söylüyor.



yer alan 5 bin metrekarelik Türkiye'nin ilk ve en büyük Yenileme Merkezi'nde ayda 100 bin ürünü yenileme kapasitesine ulaştı, kurulduğu günden bu yana yenileme merkezinin hacmi ise 36 kat büyüdü. Aras Bulut İynemli, Fırat İşbecer, Önder Öztarhan ve Akış GYO'nun yatırımları ile şu an 10 milyon dolar değerlemeye ulaştı.

## Mağazalaşarak büyüyecek

Nivogo'nun kuruluş hikayesini anlatan Nivogo CEO'su Arnas Akbaş, "Tüketim çılgınlığının farkında olan her bireyin içine dert olan sorunun giderilmesi amacıyla doğan Nivogo, çözümü olan ancak kimsenin gerekli adımı atmaya yeltenmediği bu duruma dur diyebilecek bir sistem arayışıyla

hayat buldu" diyor.

Ağustos 2022 yılında Türkiye'nin ilk döngüsel mağazası Nivogo Akasya'yı açtı. Ardından hem bireysel kullanıcılardan hem marka partnerlerden gelen yenilenmiş ürünlerin bulunduğu döngüsel mağazalar Maltepe Park, Kale Center ve Neomarin AVM'de açarak kısa zamanda 4 mağazaya ulaşan Nivogo, yakın zamanda İzmir ve Ankara'da yeni mağazalar açmayı planlıyor. Arnas Akbaş, hedeflerinin yılın sonuna kadar başka illere de açılarak tüm Türkiye'yi döngüsel alışverişle tanıştırmak üzere mağaza yatırımını artırmak olduğunu söylüyor.

### Kişi başı ortalama kıyafet atığı 32 kg

UNECE Sürdürülebilir Moda Raporu'nda yer alan bilgilere değinen Arnas Akbaş, tüm insanlığın toplam karbon emisyonunun yüzde 10'unun moda endüstrisinden kaynaklandığını belirtiyor. Akbaş, Ellen MacArthur Foundation'a göre ise bu oranın 2050 itibarıyla yüzde 26'ya kadar ulaşabileceğinin tahmin edildiğini aktarıyor. Akbaş, "Sadece bir tişört üretilirken 2,1 kg karbondioksit salınımı açığa çıkıyor. Ayrıca toplam üretilen kimyasallarından yüzde 25'i moda endüstrisinde kullanılıyor. Günümüzde en çok tarım ilacı, pamuk üretiminde kullanılıyor. Öte yandan moda endüstrisi küresel atığın toplam yüzde 4'ünü oluşturuyor. Kişi başı ortalama kıyafet atığımız ise 32 kg ve her geçen yıl daha da artıyor. Örneğin polysterden yapılan ürünler, doğada ancak 200 yıllık bir sürecin sonunda kaybolabiliyor. Küresel olarak her sezonun sonunda kıyafetlerin ortalama yüzde 12'si satılmadan kalıyor. Bu ürünler en nihayetinde ya doğaya atılıyor ya da yakılarak imha ediliyor" diye konuşuyor.

Nivogo olarak her ürünün değerli olduğuna inandıklarının aktaran Arnas Akbaş, Nivogo'nun çalışma şeklini şöyle anlatıyor: "Amacımız yeninin tanımını değiştirerek, satın alındıktan bir süre sonra tamamladığı düşünülen ve potansiyel atık olarak görülen ürünleri, yeniden hayata döndürmek için harekete geçmek. Böylece yeniyi potansiyel atık olmaktan çıkararak umuda dönüştürüyoruz. Kullanıcının ihtiyacının olmadığı ya da hiç kullanılmayan, dünyamıza giderek yük olan ürünleri son kullanıcı ya da üretici-



ARNAS AKBAŞ

den alarak, ürünleri tekrar döngüsel ekonomiye dahil ediyoruz. Nivogo ile kurumsal ve bireysel bazda dönüşüm gerçekleştiriyoruz. Bugün ürün portföyümüzde Türkiye'nin ve dünyanın en tanınmış markalarının spor ayakkabılarından çantalarına, montlarından tişört ve montlarına kadar onlarca farklı kıyafet bulunuyor. Özellikle kurumsal

iş birliklerinde dünya ve geleceğimiz konusunda benzer değerlere ve hedeflere sahip olduğumuz markalarla bir araya geliyoruz. Marka ortaklarımızı sürdürülebilir bir gelecek konusunda aksiyon almalarını desteklemek için döngüsel ekosistemde yer almalarını kolaylaştırmaya çalışıyoruz. Döngüsel dönüşüm marka ortağımız olmak isteyen şirketlere gerekli altyapı ve teknoloji konusunda destek sağlıyor, böylece onlardan herhangi bir ön yatırım, ücret veya entegrasyon talep etmeden hem finansal hem de çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlıyoruz. Özetle, markaların depolarında yakılmak ya da yüksek depo maliyetlerine katlanılarak uzun süre atılacak ürünlerini hayata döndürüyor; onları depolama, lojistik gibi maliyetlerden kurtarıyor ek olarak hem finansal hem de ekolojik olarak katkı sağlıyoruz. Bireysel tarafta ise getirilen ürünlere anında döngüsel alışveriş para birimimiz olan NivoPuan tanınıyor ve bu puanları ile ihtiyacı olan yenilenmiş ürünleri almalarına olanak sağlıyoruz."

### "1 milyon ürünü yeniledik"

"Kullanıcılarımızdan aldığımız 2022 yılında toplam 1 milyon ürünü yenileyerek döngüsel ekonomiye kazandırdık. Yenilediğimiz 1 milyon ürün ile 7 milyar litrenin üzerinde su tasarrufu sağladık ve 10 milyon kilogramın üzerinde karbon emisyonunun önüne geçtik. Çevresel etkimizi iş birliği yaptığımız sürdürülebilirlik danışmanı Metsims ile ölçüyoruz."

# “2023'te 25 milyon TL'lik yatırım öngörüyoruz”

Mutfak, banyo, kapı, dolap, gardırop ve dekorasyon ürünleri üreten ve 15 ülkeye ihracat yapan Aydınli Themore Concept, 2025 sonunda yurtiçinde pazar lideri olmayı ve uluslararası bir marka haline gelmeyi hedefliyor. Orge Grup YKB Ahmet Geçgel; “Üretim miktarımızı artıracak, verimliliğimizi önemli ölçüde etkileyecek çözümler ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı konularında çalışıyoruz. Bu kapsamda 2023'te yaklaşık 25 milyon TL'lik yatırım öngörüyoruz” diyor.

Themore Concept, 2019'da Orge Grup tarafından mutfak, banyo, kapı, vestiyer, dolap, ray dolap, dekorasyon ürünlerini tek çatı altında toplamak, kullanıcılarına daha fazla hizmet ve daha fazla ürün çeşitliliği sunma hedefiyle kuruldu. “Bu alanların hepsinde üretim yapabilen, alanımızda tek markayız” diyen Orge Grup A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Geçgel; aylık 65 bin, yıllık 780 bin metrekairelik üretim kapasitesiyle yurtiçi ve yurtdışı bayileşme çalışmalarına yoğunlaştıklarına dikkat çekiyor.

Her türlü müşteri talebini karşılayabilecek, klasikten moderne kadar geniş bir ürün yelpazesine sahip olduklarının altını çizen Ahmet Geçgel; Arel, Trinity, Leia, Neo, Melisa ve Sven serileriyle konsept üretim yapabildiklerini, özel tasarım ve üretimle öne çıktıklarını da vurguluyor. Yerel bir marka olmaktan çıkıp, ulusal hatta uluslararası bir marka olmayı hedeflediklerini kaydeden Ahmet Geçgel ile Themore Concept'in yeni dönem yol haritasını konuştuk.

## Faaliyetlerinizden bahsedebilir misiniz?

Mutfak-banyo dolapları, kapı, vestiyer ve giyinme odası, TV ünitesi, yatak başı gibi tüm sabit mobilya ürünlerinde müşterilerle tam bir konsept sunuyoruz. Themore Concept'i kurarken, hayatın detaylarını kullanıcılar için planlayan, kullanıcı önceliklerini

merkezine alan, eğilim, moda ve sektörü takip etmekle yetinmeyip bizzat trendleri yaratan bir marka olma hedefiyle yola çıktık. İncelikli ve fonksiyonel mekânları tasarlarlarken, odağımıza daima insanı koyuyoruz. Kullanıcıları anlayan ve anlatan iç mekân tasarımlarına önem veriyoruz. ‘Hayal ettiğinden daha fazlası’ sloganımızla hayat bulan tasarımlarımızda, konsept modellere öncelik veriyoruz.

## Ürün gamınızda neler bulunuyor?

Mutfak portföyümüzde farklı zevk ve beklentilere hitap eden 14 model, banyolarımızda ise 16 tasarım bulunuyor. Ayrıca müşterinin ihtiyacına göre özel banyolar da

tasarlıyoruz. Oprofesyonel makine parkuruyla el emeğini harmanlayıp ahşaba yön vererek, fonksiyonel kapılar da üretiyoruz ve bu alanda 11 serimiz yer alıyor.

Mutfak, kapı ve banyo dolaplarındaki ortak tasarımlarla farklı yaşam alanlarına konsept dokunuşlar sunan serilerimizle bir ilke imza atıyoruz. Arel, Trinity, Leia, Neo, Melisa ve Sven serilerimizde konsept üretim yapabiliyoruz. Özel tasarım ve üretim konusunda sınır tanımayan özgürlüğümüz sektörde bizi farklılaştıran ana unsurlar oluyor.

## Kaç fabrikanız var?

Aydın/Efeler'deki fabrikamız 17 bin metrekaire kapalı alana sahip. Burada tam otomasyona sahip seri imalat yöntemini kullanarak ve tümüyle CNC makine parkuruyla mutfak, banyo, kapı, dolap, gardırop ve dekorasyon ürünlerimizi üretiyoruz. Ayrıca Umurlu Organize Sanayi Bölgesi'nde 30 bin metrekaire alanın bir kısmında zincir marketler anahtar teslim dekorasyon işleri yaptığımız bir üretim tesisimiz daha var. Efeler ilçesindeki fabrikamızda, ayda 10 bin mutfak ve banyo modülü, bin 500

## “Üretim metodlarını geliştirmeye yönelik projelere odaklanıyoruz”

“Hizmet verdiğimiz mutfak, banyo ve kapı sektörü içinde Türkiye genelinde ilk olan ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca onaylanan AR-GE Merkezini kurduk. Araştırmacı, teknisyen ve destek personellerimizle tam zamanlı ve yarı zamanlı olarak 26 AR-GE merkezi çalışanıyla yenilikçi fikirler sunmayı, sektöre ve şirketimize kazanımlar sağlamayı amaçlıyoruz. Dijitalleşme çalışmalarının hız kazanmasıyla üretim metodlarını geliştirmeye yönelik projeler, AR-GE çalışmalarımızda önemli bir yer tutuyor. AR-GE departmanımız da üretime veri aktarma, ergonomi, müşteri memnuniyetinin artırılması, üretimden veri toplama, üretim verimliliğinin artırılması, ürün grubuna yeni ürünlerin dahil edilmesi, yeni ürünlerde kullanılacak mekanizmalarla ürün tasarımlarının yenilenmesi, ürün ağaçlarının hazırlanması ve revizyonu üzerine çalışıyor.”



AHMET GEÇGEL

kapı tasarlıyoruz. Aylık 65 bin, yıllık 780 bin metrekarelik yıllık üretim kapasitesiyle yurtiçi ve yurtdışı bayileşme çalışmalarına yoğunlaşıyoruz.

### **Kapasite artırmak ve yeni fabrika kurma hedefiniz var mı?**

2021'de, 2020'ye göre ciro bazında yüzde 72 büyüdük. 2022'yi de 2021'in iki katı ciroyla kapattık. 2025 sonunda yurtiçinde pazar lideri olma ve bunun için başta büyük şehirler olmak üzere mağazalaşmayı Türkiye çapında yaygınlaştırma hedefimiz var. Yıllar bazında yapılanma ve yayılma stratejilerimiz; hem yatırım (makine, insan kaynağı, pazarlama) hem de dağıtım kanalı olarak belirlenmiş durumda. Artan talepler sonrası Umurlu Organize Sanayi Bölgesi'nde 30 bin metrekarelik alanda GES ile kendi elektriğini üreten fabrika yatırımına başladık. Yıllar itibarıyla kademeli olarak üretim hatlarımızı yeni fabrikamıza taşıyacağız.

### **2023 için ajandanızda hangi konular öne çıkıyor?**

Yeni iş birlikleri ve ihracat hedeflerimizi artırılmaya yönelik çalışmalarımız devam

## **“İhracatta büyümeyi hedefliyoruz”**

“Aydın, İzmir, Bodrum ve Kuşadası'nda dört büyük fabrika merkez satış mağazamız; Bodrum, Manisa, Datça, İzmir, Erzincan, Gaziantep ve Didim'de toplam 11 bayimiz var. Yurtdışında Fransa, Makedonya, Umman ve Pakistan'da mevcut satış noktalarımızda hizmet veriyoruz. Tasarımlarımızı Avrupa başta olmak üzere 15 ülkeye ihraç ediyoruz. Ayrıca yurtdışı satış referansları olarak Yunanistan, Dubai, Kenya, Kanada, Katar, Almanya, İsviçre, Romanya ve Azerbaycan'da projeler sonuçlandırdık. Yurtiçinde ve yurtdışında satış mağazalarımızın sayısını artırarak daha çok kullanıcıya ulaşmayı ve ihracatta büyümeyi hedefliyoruz.”

ediyor. Bu kapsamda Türkiye'nin önde gelen sektör temsilcilerinin ağırlandığı, 3. Bodrum Yapı ve Mobilya Fuarı'nda; geniş ürün portföyümüzün yanı sıra, Arel Slim Mutfak, Arel Banyo ve kapı serilerimizi tanıttık. Yine seramik, mutfak ve banyo sektörünün ihracatına en büyük katkıyı sağlayan UNICERA Fuarı'nda yer aldık. Burada da yeni teknolojilerle geliştirilen sıra dışı tasarımlarımızın yanında birçok prestijli ürünümüzü sektör profesyonellerine ve ziyaretçilere sergiledik.

Yerel bir marka olmaktan çıkıp ulusal hatta uluslararası bir marka olma yolunda hedeflerimizi belirledik. 2023'te yurtiçinde 11, yurt dışında dört olmak üzere toplam 14 yeni bayilik açmayı, 2025'e kadar da yurtdışında 15 satış mağazasına ulaşmayı hedefliyoruz. Yine bu yıl yurtiçinde 45 satış mağazasına ulaşacağımızı öngörürken nihai hedefimiz 2025'e kadar Themore Concept

mağaza sayısını üç katına çıkarmak.

### **Ne kadarlık bir yatırım bütçeniz var?**

Önümüzdeki dönemde üretim miktarımızı artıracak, verimliliğimizi önemli ölçüde etkileyecek çözümler ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı konularında çalışıyoruz. Bu kapsamda 2023'te yaklaşık 25 milyon TL'lik yatırım öngörüyoruz. AR-GE çalışmalarımızı güçlendirerek müşteri odaklı projelerimizi daha da artırdık, müşterileri isteklerini aracı kullanmadan üretmeye başladık. Bu katkılarının yansımalarıyla 2023'te özellikle kapı üretimine yönelik yenilikler üzerinde çalışıyoruz. Kapı üretim hattı yenileme projemiz devam ediyor. Bu yenilenme, ürün imalat yöntemini değiştirerek daha kontrollü şartlar altında üretim yapmamızı sağlayacak. Ayrıca yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına yönelik projemize ve mutfak ürünleri için model çalışmalarımıza da hızla devam ediyoruz.

# “Siber saldırılara karşı tetikte olun”

Şirketleri önümüzdeki dönemde farklı güvenlik tehditlerine karşı uyarıyan Trend Micro Türkiye Ülke Müdürü Hasan Gültekin, “Bulut teknolojilerine geçiş yapan işletmeler ve kurumlar, eski ve yeni yöntemleri kullanan ve teknolojiyi yakından takip eden siber saldırganlara karşı tetikte olmalı. Savunmalarını yenilikçi teknolojilerle geliştirilen kapsamlı güvenlik çözümleriyle güçlendirmeliler” diyor.

Toplam 65 ülkede faaliyet gösteren ve 7 bine yakın çalışanı bulunan siber güvenlik şirketi Trend Micro, dünya genelinde 500 binin üzerinde işletmeye siber güvenlik konusunda hizmet veriyor.

30 yılı aşkın bir süredir faaliyet gösteren şirketin en büyük amacı dijital bilginin tüm dünyada ve Türkiye’de güvenli bir biçimde yayılmasını sağlamak. Bu doğrultuda da tüketicilere, işletmelere ve kamuya yönelik yenilikçi çözümlerle bulut ortamları, uç noktalar, e-posta, Endüstriyel IoT (Nesnelerin İnterneti) cihazları ve ağlar için katmanlı güvenlik sağlıyor. Yeni teknolojileri en hızlı bir şekilde ürünlerine uyguluyor ve sürekli olarak değişim gösteren siber tehditlere karşı her zaman hazırlıklı olmak için tehdit aktörleri ve siber saldırılarla ilgili dünya genelinde düzenli olarak araştırmalar yapıyor. Tüm ülkelerden toplanan bilgilerle oluşturdukları kapsamlı ve güçlü bir istihbarat ağı olduğuna dikkat çeken Trend Micro Türkiye Ülke Müdürü Hasan Gültekin, “Yaklaşık 16 yıldır Türkiye’de de faaliyet gösteriyoruz. İstanbul ve Ankara’da bulunan ofislerimiz üzerinden ülke genelinde hizmet veriyoruz. Türkiye’de finans, enerji ve eğitim kadar birçok sektörde ileri düzey güvenlik çözümleri sağlıyoruz” diye anlatıyor.

## En korkulan tehditler

Son dönemde siber tehditlerin hızla gelişmesi ve daha sofistike bir hale gelmesiyle birlikte siber güvenlik hem bireyler hem de

## “Uzman ihtiyacı artıyor”

“Tüm dünyada olduğu gibi siber güvenlik uzmanlarına olan ihtiyaç Türkiye’de de hızla artıyor. Bu doğrultuda ülkemizdeki yetenekli gençlerin siber güvenlik alanına ilgisini artırmak ve yetkin insan kaynağı sorununu çözmek için bilgi birikimlerini paylaşarak eğitimler veriyoruz. Türkiye’de siber güvenlik sektörünün önemli bir ivme kazanacağını düşünüyoruz. Ayrıca siber güvenlik alanında Türkiye’den yurtdışına doğru büyük bir beyin göçü yaşanıyor. Özel sektör, üniversiteler ve kamu kurumlarının birlikte hareket edip bu beyin göçüne dur demeleri büyük önem taşıyor.”

işletmeler açısından oldukça zorlu bir alan haline geldi. Siber korsanlar, sistemlere sızarak, verileri ele geçirmek ve en önemlisi gelir elde etmek için sosyal mühendislikten kimlik avı saldırılarına, kötü amaçlı yazılımlardan fide yazılımlarına kadar her türlü yöntemi deniyor ve yeni yollar geliştiriyor. Dijital dönüşüm, uzaktan ve hibrit çalışma gibi çeşitli nedenlerden dolayı işletmelerin siber saldırı yüzeyi giderek genişliyor. Günümüzde bireyleri ve işletmelerin karşı karşıya kalabilecekleri siber tehditler arasında sosyal mühendislik saldırıları, kötü amaçlı yazılımlar, içeriden gelen tehditler ve APT’lerin (İleri Düzey Kalıcı Tehditler) yer alacağını belirten Gültekin, “2022 yılının ikinci yarısına yönelik olarak hazırladığımız Trend Micro Siber Risk Endeksi, işletmelerin siber risklere karşı yeterince hazırlıklı olmadığını gösteriyor. Araştırmaya katılan işletmelerin yüzde 78’i yeterince hazırlıklı olmadıkları için siber saldırıların hedefine ulaşma olasılığının daha yüksek olduğuna inanıyor. Yine bu araştırmaya göre işletmelerin küresel

olarak en çok endişe duydukları tehditler arasında Clickjacking, Kurumsal E-posta Gizliliğinin İhlali (BEC), fide yazılımları ve dosyasız saldırılar yer alıyor” diye anlatıyor.

## Hangi siber saldırılar artacak?

Son yıllarda büyük şirketlere ve devlet kurumlarına yönelik çok sayıda yüksek profilli siber saldırı gerçekleşti. Siber saldırı yüzeyi giderek genişliyor. Bu nedenle siber güvenlik ekiplerinin önümüzdeki dönemde farklı güvenlik tehditlerine karşı hazır olmaları büyük önem taşıyor. Özellikle IoT (Nesnelerin İnterneti) sistemleri, küresel tedarik zincirleri, bulut ortamları ve DevOps süreçlerine yönelik saldırıların önemli ölçüde artacağını tahmin edildiğine vurgu yapan Gültekin, şöyle devam ediyor: “Bu saldırıların önlenmesinde ileri düzey risk tabanlı yamalar, XDR, sunucu güçlendirme, sıfır güven yaklaşımı ve ağı yakından izlemenin büyük önem taşıyacağına inanıyoruz. Bulut teknolojilerine geçiş yapan ve aktif olarak kullanan işletmelerin ve kurumların eski ve





yeni yöntemleri kullanan ve teknolojiyi yakından takip eden siber saldırganlara karşı tetikte olmaları ve savunmalarını yenilikçi teknolojilerle geliştirilen kapsamlı güvenlik çözümleriyle güçlendirmeleri gerekiyor. Bireylerin ve işletmelerin kendilerini siber tehditlerden korumaları için her zaman uyanık ve proaktif olmaları gerekiyor. Tam görünürlük sağlayan çok katmanlı bir siber güvenlik çözümünün ve yaklaşımının kullanılması siber tehditlerin önlenmesinde büyük önem taşıyor.”

#### **Hibrit çalışmanın etkileri**

COVID-19, işletmelerin iş yapış şekillerinde önemli değişikliklere yol açtı. Bu değişikliklerden biri de uzaktan ve hibrit çalışma modelinin yaygınlaşması. Uzaktan ve hibrit çalışma işletmeler açısından çeşitli siber güvenlik sorunlarını da beraberinde getirdi. Hibrit çalışmanın ofiste çalışma kısmında siber güvenlik önlemleri

zaten alınmış olduğundan işletmelerin pek bir şey yapmalarına gerek kalmıyor. Ancak uzaktan çalışma kısmında ise uzaktan çalışanların işletme kaynaklarına aynen ofiste oldukları gibi erişebilmeleri büyük önem taşıyor. Bunun için bilgi teknoloji süreçlerinin yeniden yapılandırılmasının gerektiğini söyleyen Gültekin, şöyle devam ediyor: “Bu süreçte mobil cihaz güvenliği, ağ güvenliği, hibrit bulut güvenliği, e-posta ve uç nokta güvenlik çözümleri şirketler açısından çok daha önem kazanıyor. Giderek işletmeler arasında daha da yaygın hale gelen hibrit çalışma modeli önümüzdeki dönemde de siber güvenlik açısından kritik konulardan biri olmaya devam edecek.”

#### **Sektörde kadın oranı**

Cybersecurity Venture, tarafından yapılan bir araştırmaya göre siber güvenlik alanında çalışan kadınların oranı yalnızca yüzde 25. 2013 yılına göre bu oran nere-

deyse iki katına çıkmış durumda ancak hala düşük ve siber güvenlik alanında çalışan kadınların oranının artması gerekiyor. Daha fazla kadının siber güvenlik alanında kariyer yapmaya teşvik etmek hem siber güvenlik sektörü hem de genel olarak toplum açısından büyük önem taşıyor. Sektörde kadın çalışanların sayısını artırmaya yönelik farkındalığı artırmak, siber güvenlik eğitimi ve rol modeli oluşturma gibi çeşitli çalışmaların devam ettiğini söyleyen Gültekin, “Bunun yanı sıra kadınların ilgisini çekmek ve bu alanda çalışmaya teşvik etmek için destekleyici ortamlar oluşturmak gerekiyor. Kadınlar, ayrımcılıkla ilgili endişe duymaları ya da yeterli destek olmaması durumunda erkek egemen alanlara girmekte tereddüt edebiliyor. Çeşitliliğe değer veren ve eşitliği teşvik eden kapsayıcı ve destekleyici ortamlar oluşturmak kadınların siber güvenlik alanında çalışmaya teşvik edici olacaktır” diye ekliyor.

# Mahalle nalburunu internete taşıdı

Esenyurt'ta 1990 yılında küçük bir nalbur dükkanında başlayan hikayesini e-ticarete taşıyan Ozan Bük, nalburdayim.com'la 2022 yılında yüzde 300 büyümeye yakaladı. 2 bin metrekarelik alanda inovasyon ve lojistik merkezi kurduklarını belirten nalburdayim.com'un kurucusu Ozan Bük, "Hedefimiz yılın ikinci yarısında İstanbul Anadolu Yakası'nda bir bölge müdürlüğü oluşturmak" diyor.

Pandemiyle yıldızı parlayan sektörlerden biri e-ticaret oldu. Geçen yıl Türkiye'de e-ticaret hacmi bir önceki yıla göre yüzde 109 artışla 800,7 milyar TL olarak gerçekleşti. 2022 yılında sipariş adetleri bir önceki yıla göre yüzde 43 artış ile 3 milyar 347 milyon adetten 4 milyar 787 milyon adede yükseldi. Pandemiyle gelen bu büyüme dalgası e-ticaret sektöründeki şirketlerin önünü açtı. Yapı malzemeleri satmak üzere kurulan nalburdayim.com da bu süreçte büyümesine ivme katan markalardan biri oldu. Şirket, 2022 yılında yüzde 300 büyümeye yakaladı. 2023 yılında da benzer bir büyümeyi yakalamayı hedeflediklerini söyleyen nalburdayim.com'un kurucusu Ozan Bük, yeni yatırımların devam edeceğini söylüyor.

Çalışma hayatına çok küçük yaşlarda bir nalbur dükkanında çırak olarak başlayan Bük, yapı malzemeleri sektöründe 30 yıllık tecrübeye sahip. Girişimci, Neyzen İnşaat'la sürdürdüğü 30 yıllık perakende, toptan satış ve ihracattaki tecrübesini 2009 yılı itibarı ile dijital taşıma kararı aldı. Bunun için uzun yıllar alt yapısı hazırlayan Bük, 2019 yılından bu yana da tüm yatırımlarını dijitalde nalburdayim.com'a yapıyor.

Esenyurt'ta 1990 yılında küçük bir nalbur dükkanında başlayan hikayenin yıllar içerisinde büyüdüğünü söyleyen Bük, "Geldiğimiz noktada müşterilerimizin e-ticaret konusunda talepleri artmaya başlayınca biz de bu alanda bir yatırım yapma kararı aldık. 2019 yılında yapı malzemeleri sek-

töründeki 30 yıllık perakende, toptan satış ve ihracattaki tecrübemizi dijital taşıyarak nalburdayim.com'u müşterilerimizin hizmetine sunduk. 81 ile aynı anda hizmet vermeye başlayarak güçlü bayiliklerimiz ve yüzde 100 kaliteli hizmet politikamız sayesinde kısa sürede de Türkiye'nin en sevilen nalburu haline geldik" diyor.

## Geniş ürün gamı var

Bugün geldiği noktada müşteriler yapı malzemeleri alanında aldığı her ürüne anında web sitesi üzerinden ulaşabiliyor. nalburdayim.com tamamen Neyzen İnşaat, bünyesinde kurulduğu için de ortaklı bir yapısı bulunmuyor. Bük, "Başarılarını her geçen gün büyüten ve sektöründe öncü olan bir markanın dijital yansıması olarak kurulduk. nalburdayim.com, 1990 yılından bu

yana uzman kadrosu ve değerli iş ortakları ile fark yaratan Neyzen İnşaat bünyesinde yüzde 100 öz sermaye ile kurulmuş bir şirket bu nedenle herhangi bir melek yatırım almadık" diyor.

'Nöbetçi nalburunuz' mottosu ile yola çıkan sitede; banyodan mutfığa, el aletlerinden dekorasyon ürünlerine, boyadan bahçeye, hırdavattan kırtasiye malzemelerine kadar yapı malzemeleri konusunda pek çok ürün yer alıyor. Özellikle yaz ya da kış mevsimlerinde sezona özel ürünleri bulmakta sıkıntı yaşayan tüketicilerin stoklu çalışma sebebiyle web sitesinde kolaylıkla aradıkları ürünlere ulaşabildiklerini belirten Bük, "Satış öncesi ve satış sonrasında ultra yüksek bir performansa sahibiz, işin mutfağından gelen nitelikli bir ekiple çalışmanın avantajını yaşıyoruz. Bu nedenle

## "Yapı güçlendirme ürünlerine talep arttı"

"Ülkemiz 6 Şubat'ta yaşanan deprem felaketi ile zor bir süreçten geçti. Enkazların kaldırılmasıyla bir yandan yaralar sarılmaya çalışılırken diğer yandan da vatandaşlar ve kurumlar yapılarını güçlendirmek için harekete geçti. Yaşadığımız afet toplumumuzda yapısal güçlendirmenin önemini ve farkındalığını artırdı. Firmalar yeni yapacakları konutlar için kullanacakları ürünler ve sistemler konusunda daha ciddi araştırmalara girerek emin adımlar atmaya çalışırken, bireysel kullanıcıların da yapılarını güçlendirmek için yalıtım ürünleri, karbon elyaf ve ankraj laması gibi dayanıklı yapı malzemelerine talepleri yüzde 100 oranında artış gösterdi. Biz de nalburdayim.com olarak bu dönemde hem deprem bölgesine yardımlarımızı ulaştırdık hem de yapısal güçlendirme konusunda müşterilerimizin mağdur olmaması için tüm ürünlerimizin stoklarını artırarak siparişlere yanıt vermeye çalıştık."

## Tüm departmanlarda istihdam yaratılacak

“Genç, dinamik ve her geçen gün ekibini büyüten bir markayız. Bu konuda çalışma arkadaşlarımıza yatırım yapıyor ve ekibimizin güçlenmesini sağlıyoruz. 2023 yılı bizim özellikle istihdama ağırlık vermeyi planladığımız bir yıl. Şu anda toplam 40 çalışma arkadaşımız bulunuyor. Yılın geri kalan kısmında özellikle e-ticaret, yazılım, kurumsal müşteri temsilciliği, sevkiyat ve depo başta olmak üzere neredeyse tüm departmanlarımızda yeni istihdamlar yaratmayı planlıyoruz.”



OZAN BÜK

siparişin oluşmasından teslimatına kadar müşterilerimize kendini özel hissettirmeye çalışıyoruz. Ayrıca 30 yıllık tecrübemizin yanı sıra uygun fiyat ve kaliteli ürün politikasıyla hareket etmemiz ve satış sonrası destek ekibine sahip olmamız bizi piyasada farklı kılıyor” diyor.

### 2023'te büyüme sürecektir

2022, nalburdayim.com için iyi bir yıl oldu. Şirket, 2022 yılında pazarlamadan yazılıma, paketlemeden sevkiyata kadar personel istihdamlarının yanı sıra sahada da araç parkurunu genişleterek sevkiyat ağını güçlendirdi. Yatırımların sonucunda 2022 yılı toplamda yüzde 300'lük büyüme ile tamamlandı. Hedef 2023 yılında da aynı büyümeyi yakalayarak istikrarı sürdürmek. Bu anlamda yatırımlarını her geçen gün artıran şirket, henüz yılın başında 2 bin metrekarelik alanda nalburdayim.com inovasyon ve lojistik merkezini kurdu. Yılın ikinci yarısında ise hedef İstanbul Anadolu Yakası'nda bir bölge müdürlüğü oluşturmak. Ayrıca personel istihdamı ile de güçlenmeyi hedeflediklerini belirten Bük, “Geleceğe odaklanan bir marka olduğumuz için yaptığımız yatırımlarla yarınları inşa etmeyi ve yakaladığımız başarılarda istikrar kazanmayı hedefliyoruz” diyor.

Gündeminde Anadolu Yakası için planlanan bölge müdürlüğü olduğunu belirten Bük, bunun için araştırmaların ve planlamaların devam ettiğini söylüyor. Bük, “En yüksek verimi alacağımız kurguyla hareket etmek istiyor, bunun için ince eleyip sık dokuyoruz. Yıl bitmeden üssümüzü açarak çalışmalarımıza hız kesmeden devam etmeyi amaçlıyoruz” diyor.

nalburdayim.com, kadın istihdamını öncelikle bu konuda önemli adımlar atıyor. Bugün çalışan sayısının yüzde 25'ini kadınlar oluşturuyor. Bu yıl personel yatırımı öncelikli çalışmaların başında geliyor. Yıl sonuna kadar bir yandan ekibi büyütürken diğer yandan da ekipteki kadın çalışan oranının yüzde 40 oranına çıkarılması hedefleniyor. Bük, “Özellikle e-ticaret, operasyon, yazılım, paketleme, sevkiyat ve pazarlama alanında kadın çalışma arkadaşlarımızı bünyemize katmak istiyoruz” diyor.



Prof. Dr.  
Volkan Demir

Galatasaray Üniversitesi  
İİBF, İşletme Bölümü ve  
Kurumsal Yönetim,  
Denetim ve Uyum  
Çalışmaları Uygulama  
ve Araştırma Merkezi  
(GSUKUYDEM)

vdemir@gsu.edu.tr

## KOBİLGİ

# KOBİLER İÇİN MUHASEBE VE MUHASEBECİNİN ÖNEMİ

Bu yazıyı kaleme almamdaki amaç, günümüzde genelde işletmelerin özelde de KOBİ'lerin yönetim fonksiyonlarını yerine getirmede vazgeçilmez bir unsur olan muhasebe ve bu fonksiyonu yerine getiren muhasebecilerin önemini örneklerle vurgulamak ve görevlerinin nerede başlayıp nerede bittiğine ilişkin saptamalar yapmaktır. Muhasebecilik, ülkemizde resmi ve genel kabul gören ünvanıyla "Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik" olarak anılmaktadır. Ancak yine de en genel ve dünyanın gelişmiş ülkelerindeki ifadeyle muhasebecilik olarak kaleme almamda ki amaç, yapılan işin tümünü en iyi kapsayan kelime olmasıdır.

Bu yazıda kaleme aldığım örneklerin ya da ifadelerin bir kısmı tüm işletmelerde olmayabilir ya da geneli kapsamayabilir. Ancak yine de bu yazıdaki örnek ve ifadelerin birçok işletmeyi ve muhasebeciyi kapsayacağını düşünmekteyim.

Ülkemizde defter tutma olarak da nitelendirilen muhasebecilik yıllar boyunca; ekonomik, sosyal, bilimsel ve teknolojik gelişmelerden etkilenmiş ve işletmelere en fazla değer yaratan fonksiyon haline gelmiştir. Uygulamada, büyük olarak tanımlayabileceğimiz organizasyon yapısı görece daha gelişmiş işletmelerde muhasebe departmanlarının ve bağımlı çalışan muhasebecilerin olduğunu görmekteyiz. Bu bağımlı çalışan

muhasebecilerin görevlerinin nerede başlayıp nerede bittiği ayrı bir yazı konusudur. Burada değineceğim daha çok KOBİ niteliğinde, bürosu olan muhasebecilere defter tutturana ya da onlardan danışmanlık hizmeti alan genellikle KOBİ niteliğindeki işletmeler ile muhasebeciler arasındaki görev ilişkisi ve muhasebenin fonksiyonudur.

Aslında muhasebecilerin yasal olarak bilinen ve mesleki milat olarak kabul edilen 3568 sayılı yasa incelendiğinde ideal muhasebeci-işletme görev ilişkisi; işletmenin sunduğu bilgi ve belgeler ile bu bilgi ve belgeleri yasal defterlere kayıt eden ya da edilmesini sağlayan, çıkan sonuçlara göre yasal beyan ve bildirimleri yapan ve işletmenin yükümlü olduğu sosyal güvenlik ve vergi konularında işletmeye yol gösteren bir fonksiyondan ibarettir. Tüm bunlar yayınlanan Asgari Ücret Tarifesinde de açıkça belirlidir. Yani defter tutmanın bir hizmet bedeli ve bunun yanında talep edilen diğer hizmetler olduğunda bu hizmetlerin de ayrı bir bedeli mevcuttur. Ancak bu hizmetlerin ne kadarının müşteriye yansıtıldığı ya da yansıtılabildiği sorusunun cevabını muhasebeci dostlarıma bırakmaktayım. Bunun yanında her geçen gün artan iş yükü acaba müşteriye yansıtılabilmekte midir? Bu konular elbette tartışılması ve çözüme kavuşturulması gereken sorunlardır.

Ancak yanlış anlaşılana bir konu

vardır, o da ücret tarifesinin "asgari" olmasıdır. En güvendiğim sözlükleri karıştırdığımda "asgari" kelimesinin anlamı "en az", "en aşağı" olarak tanımlanmaktadır. Yani bu ücretlerden az olmamak kaydı ile hizmet veren ile hizmet alan arasında serbestçe belirlenmekte dir. Bir KOBİ'nin mali müşaviri asgari ücret tarifesiyle sözleşme yapabilir ve verdiği hizmet ise beyan ve bildirimleri vermek ve yasal kayıtları tutmakla sınırlı olabilir. Oysa ki aynı büyüklükteki başka bir KOBİ'nin mali müşaviri asgari ücret tarifesinin çok fazla üzerinde hatta katları ile ifade edilebilecek bir sözleşme yapabilir ama verdiği hizmet klasik beyan, bildirim, yasal kayıtların da fazlası, danışmanlık fonksiyonunu da içerebilir. Bu nedenle genellikle hizmet ücretinin kıyaslanmasının akılla ifade edilebilecek hiçbir anlamı yoktur. İşin kötü tarafı ise düşük hizmet ücretiyle kötü hizmet alan bir KOBİ'nin bunu fark etmesi yıllar alabilmektedir.

Bence temel mesele, ticaret yapmak amacıyla kurulmuş olan işletmelerin ne kadar işletilebildiğidir. Yani bu işletme sahip, ortak ya da yöneticilerinin ne kadar işletmecilik bilgisine sahip oldukları büyük önem taşımaktadır. Yani;

- işletmenin her ay stok durumunu analiz etmek
- işletmenin faturalarını kesmek ve stok, irsaliye ve fatura kontrolü yapmak
- maliyetleri hesaplamak

■ personel için puantaj yapmak  
■ kar/zarar çıkarmak  
■ ortaklar arasındaki menfaat ilişkisini yönetmek  
■ ortakların emeklilik işlemlerini takip etmek  
■ işten ayrılan ya da işten çıkarılan personelin görüşme yapması  
■ KOSGEB gibi kamu kuruluşlarının teşvik, hibe ve yardımlarını takip etmek  
gibi işler, aslında işletmenin faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu faaliyetler işletmelerin sürekliliklerini etkilemektedir. Ancak küçük işletmelerdeki; “biz alırız, üretiriz, satarız veya hizmet yaparız, gerisini muhasebeci halleder” düşünce yapısı işletme ile muhasebecinin görevlerinin iç içe geçtiğinin habercisidir. Bir çok muhasebeci, müşteri işletmeden “biz bu ay çok yoğunuz gelin şu evrakları bir toparlayın” şeklinde ya da benzer ifadelerle karşılaşmıştır. Ya da benzer tarzda; işle ilgisi olmayan birçok konuda saatlerce eşi, dostu ve akrabasını da çağırıp muhasebecisine vergi, SGK ve diğer konularda sorular sormuş (adına toplantı ya da sohbet diyerek) bedelini ödemiş midir? Bunlar muhasebecilerin yapmak zorunda oldukları işler midir? Bu soruları çoğaltmak mümkündür. Maalesef bu sorularının cevabını (geneli kapsamasa bile) bizler bilmekteyiz.

Aslında sorunun temeline inmekte fayda görmekteyim. Sorunu incelemek için öncelikle şu soruyu sormak gerektiğini düşünmekteyim: “Muhasebeci nasıl olunur? İşletmeci nasıl olunur?”

Muhasebeci olmak için; 4 yıllık ilgili bölümlerden mezun olmak, staja başlama sınavını kazanmak, 3 yıl staj yapmak ve yeterlilik sınavını kazanmak gerekmektedir. Yani asgari 7 yıl muhasebeci olmak için zorlu bir mücadeleden geçmek gerekmektedir. Serbest muhasebeci mali müşavir olabilmek için aşağıdaki özel şartlar aranır:

**a)** Hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında lisans seviyesinde mezun olmak veya belirtilen bilim dallarından lisansüstü seviyesinde diploma almış olmak.

**b)** En az üç yıl staj yapmış olmak.

**c)** Serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olmak.

**d)** Serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış olmak  
İşletmeci olmak için bu tür şartlar bulunmamaktadır. Tabi ki gelişmiş ülkeler gibi, ülkemizde de ticaret serbestisi olmalıdır. Girişimcilik özendirilmeli ve desteklenmelidir. Ancak yapacağı iş de dahil olmak üzere her işletmecinin de bilmesi gereken asgari işletmecilik, ekonomi, muhasebe bilgileri mevcuttur. Eğer bir işletmeci bu bilgilerle donatılırsa, özelde kendi işinde başarılı olma şansı, genel de de ülkemiz ekonomisi için fayda yaratma olanağı bulunmaktadır. İşletmeci adayları için en azından şu konuları bilmeleri fayda sağlayacaktır:

■ İşletmecilik nedir? Nasıl Yapılır?

■ Temel yönetim ve pazarlama teknikleri?

■ Hesap nedir?

■ Hesaplaşma nedir?

■ Cari hesap nedir?

■ Mizan nedir?

■ Bilanço nedir?

■ Kar/Zarar nasıl hesaplanır?

■ Maliyet nasıl hesaplanır?

■ Maliyetler nasıl kontrol edilir?

■ Maliyetler nasıl düşürülür?

■ Üretim ile muhasebenin bağıntısı nasıl kontrol edilir?

■ Bütçe nedir, nasıl yapılır? Bütçe yönetimi ve kontrolü nasıl yapılır?

■ Nakit akışını nasıl kontrol ederiz?

■ Yatırım yapalım mı yoksa yapmayalım mı?

■ Finansal bilgilerden nerelerde yararlanabiliriz?

■ Fonlama nedir?

■ Alternatif maliyet nedir?

■ Yatırım geri dönüşü nasıl hesaplanır?

■ Yatırımlar nasıl finanse edilir?

■ Vergi planlaması ne avantaj sağlar?

■ Yabancı kaynak mı kullanalım yoksa özkaynak mı?

■ Temel faiz hesaplamaları nasıl yapılır?

■ İşletmenin finansal tablolarından borç ödeyebilme gücü ölçülebilir mi?

Sonuç ve Çözüm Önerileri  
Ülkemizde, büyüklüğü ne olursa olsun, kurulmuş olan ve kurulacak olan her işletme çok önemlidir. Bu önem gün geçtikçe de artmaktadır. Ülkemizde, girişimcilik projeleri ve girişimcilerin daha fazla desteklenmesi gerekmektedir. Ancak bunlar yapılırken sürdürülebilir olma temel ilke olarak kabul edilmelidir. Aksi halde plansız, programsız ve işletme sermayesi olmaksızın kurulan işletmeler ile sonuç hüsrana olacaktır. Bu nedenle;

■ İlgili Bakanlıklar, ticaret odaları, TÜRMOB (illerde SMMM Odaları), üniversiteler bir araya gelerek, iş kuracaklara ve iş kurmuş olanlara “işletmecilik eğitim programları” düzenlemelidir.

■ Bu programları başarı ile tamamlayanlar birtakım haklarla ödüllendirilmelidir.

■ Halihazırda kurulmuş olan küçük işletmeleri birer temsilcisi de birtakım haklar (vergi, SGK indirimi gibi) karşılığında bu eğitim programlarına dahil edilmelidir.

■ İşletmeci ve muhasebecilerin görev sınırları konusunda farkındalık yaratılmalıdır.

■ Muhasebecilerin ücretleri zaman esaslı olarak yeniden düzenlenmeli ve böylece her muhasebeci zamanını, hizmet bedelini en iyi şekilde karşılayan işlere yönelerek işletmeye daha fazla fayda sağlayabilmelidir.



# ŞİRKETİMİZE GÖSTERGE BİLİMSEL YAKLAŞIMLA BAKABİLMEK İLETİŞİMSEL TAI CHI

Bu ay danışmanlık yaptığımız süreçlerde karşılaştığımız bazı tespitleri sizlerle paylaşmak istiyorum. Şirketler bizlerle genellikle bir veya birkaç sorun alanını paylaşır ve bu sorun alanlarına beraberce çözüm bulmamızı isterler. Aktarılanlar genelde buzdağının üzerindeki kısımlardır ve bize düşen görev ise kök sebeplere inebilmektir. Şirketlerin kendilerince aktardıkları tespitleri numaralandırılmış haliyle, bizce arka planda yatan nedenlerin bazılarını da parantez içinde italik olarak aktarmış olalım:

Günün sonunda kök sebepleri kendileri de fark ediyorlar ve onlarla birlikte yol arkadaşlığı yapmış oluyoruz.

**1.** Artan veya hep var olan müşteri şikayetleri

(Operasyonel süreçleri yönetmedeki eksikler, tıkanmalar ve güçlükler)

**2.** Bilgi ve belge akış hızının istenilen kıvamda ilerleyememesi

(İş akışındaki tıkanmalar, bilgilerin doğru ve zamanında iletilmesinde yaşanan aksamalar)

**3.** Şirket içindeki o görünmez tenis topunun set atışlarıyla devamlı birilerine fırlatılması :)

(Dijital teknolojileri-iletişim araçlarını doğru seçememek ve kullanamamak, haberdar olamamak)

**4.** Sorumluluk ve inisiyatifi bütünün hizmetine değil de sadece bireysel performansların hizmetine kullanmak

(KPI'ların -anahtar performans göstergeleri-baskısından tıkanıp kalmak)

Netice itibariyle şirketlerin sözlü olarak bizlere aktardıkları tespitlerin birçoğunun özünü aslında şirket içinde yaşanan iletişimsel gedikler oluşturmakta. İletişimsel gedikler kendini sadece sözel olarak ifadelerle açığa çıkaramıyor, ancak “gösterge bilimsel” okumalarla tespit edilebilir hale gelebiliyor ki gedikler sorun haline dönüşmesin. İşte asıl kalıcı çözümler de bu noktadan sonra üretilmeye başlanabilir. Göstergebilim (semiotics, semiology), genel anlatımla göstergeleri ve gösterge arasındaki ilişkileri incelemekte. Dille, sözel olarak tasvir etmeye yeterli olmayan veya dilsel olmayan bütün olguların dil metaforuna dönüştürülmesi şeklinde de kendini ortaya koyabilir. 1960'lardan bu yana göstergebilim Ferdinand de Saussure'un dili iletişim kodlarının birkaç sisteminden yalnızca biri olarak görmekte, göstergeler sisteminin aynı zamanda göstergeyi (sign), “başka bir şeyin yerine ikame edebilecek özellikleri

taşıdığından kendisi dışında bir şeyi gösteren her türlü varlık, nesne ya da olgu” olarak tanımlamakta. Daha geniş bağlamda ele alırsak gösterge; şirket içinde çalışanların birbirleriyle iletişim halindeyken meydana getirdikleri ve kullandıkları diller olabileceği gibi jestler (el, kol, baş hareketleri vb.), davranış ve tutumları belirleyen duruş pozisyonları, beden duruşları, kıyafetler, aksesuarlar, mekânlar, mimari düzenlemeler, iç mekân dekorasyonu gibi farklı biçimlerde meydana gelen yazı, görüntü, ses ve hareketlerin oluşturduğu birbirleriyle anlamlı bütünlerden de oluşabilir.

Örneğin; şirketimize ziyarete gelen bir müşterimizi karşılayan ekip arkadaşımız şirkette çalışmaktan pek de memnun değilse sergilediği davranış ve tutumları o bütünlük içindeki diğer öğelerle ilişki içinde olan bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Böylelikle gösterge bilimsel ipuçları sadece dilsel değil, temsilî olan ve anlamlı bir bütün oluşturan tüm öğeleri ve kavram setlerini de kapsar. Göstergebilimde çözümlenme yaparken ilk olarak incelenmeye çalışılan göstergebilim düzeyidir. İlk düzey; düz anlam olarak nitelendirilmekte. Düz anlam,



gerçekte var olan bir durumun zihinlerde oluşturduğu yansımadır. Birinci örnekte gördüğümüz gibi: Düz anlam: Artan veya hep var olan müşteri şikayetleri

İkinci düzey; yan anlamdır. Her göstergenin bir düz anlamı olduğu gibi yan anlamı da bulunmakta. Yan anlamlar şirketlerdeki işletmesel, yönetsel, kültürel ve psikolojik sebeplerle ilintili olabilmekte. Yine birinci örnekten gidersek Artan veya hep var olan müşteri şikayetleri bize yan anlam bağlamında operasyonel süreçleri yönetmedeki eksikler, tıkanmalar ve güçlükler konusunda sinyal verebileceği gibi, çalışan memnuniyetsizliğine bağlı diğer yan anlamları da içine alabilir.

Üçüncü düzey; metonimi (düz değişmece); şirket içi iletişim süreçlerinde sıklıkla görmeye başladığımız bir diğer gösterge bilim katmanıdır. Metonimide bir şeyin ne olduğunu göstermek için, o şeyin kendisi değil onu

tanımlayan, çağrıştıran ya da ona ait bir özellik gösterilmektedir. Örneğimizde yer alan sorumluluk ve inisiyatifi bütünün hizmetine değil de bireysel performansların gösterilmesine yönelik resmedilen durumlar. Bunun arka planını KPI'ların baskısından dolayı tıkanıp kalmak oluşturabilir. Şirket toplantıları, müşteri ziyaretleri, ekip çalışmaları, birebir görüşmeler şirket içi gösterge bilimsel verilerin toplanabildiği önemli zamanlardır. Çalışanımızın şirket yaka kartını çalışma süresi sonunda da taşımak istemesi ve hatta onunla yakındaki markete gidip alışveriş yapması unutkanlığının bir sonucu mudur? ya da şirketimizde çalışan mühendisimizin kahve almak için yandaki kafe'ye giderken baretini başında taşımaması vaktinin kısıtlı olduğunun göstergesi mi?

Özünde şirket içi iletişimsel gediklerden kaynaklanan fakat işletmesel, operasyonel ve yönetsel problemler olarak

karşımıza çıkan bu ve benzer durumları gösterge bilimsel yaklaşımla ele almak neden önemli? Buna cevabını en iyi 4000 yıl öncesine dayanan Uzakdoğu kökenli nefes ve hareket uygulamalarını içeren Tai Chi verebilir aslında. Tai Chi'de yavaşlık olduğu kadar hız; esneklik olduğu kadar sertlik; içsel güç olduğu kadar dışsal güç; dayanma gücü, dirlik, uyumu bulma mücadelesi, ruh-zihin-beden uyumu bir aradadır. Uygulama aynı zamanda karşılıklı güçlerin uyumunu ve akışa uyumu gösterir, fiziksel sınırlamalardan kurtulmayı öğretir. Burada amaç, normal durumu zorlamak değil, varoluş ile uyumu yakalamaktır. Tai chi, doğayla, çevreyle ve evrenle yeniden uyumu yakalamanın yolunu gösterirken birlik, uyum ve denge ilkelerini geliştirmeyi amaçlar.

Şirketimize göstergebilimsel yaklaşımla bakabilmek iletişimsel tai chi üstünlüğüne giden yolun kapılarını da aralamamıza olanak sağlıyor.



**Cem Ener**  
Kurucu Ortak  
BUBA Ventures



## YENİ EKONOMİ 2.0

# ÖZKAYNAK FİNANSMANI YÖNTEMİ VE YATIRIM TURLARI İLE İLGİLİ TEMEL BİLGİLER

Girişimciler fikir aşamasından başlayıp, büyük bir şirket olmaya doğru giden yolda her aşamada farklı finansman yöntemlerine başvurarak fon sağlamaktadır. Girişimcilerin başvurdukları iki temel finansman yöntemi özkaynak finansmanı ve borç finansmanıdır. Borç finansmanı banka kredisi gibi araçları temsil ederken, özkaynak finansmanı melek sermaye gibi araçları temsil etmektedir. Bu ayki yazımda özkaynak finansmanı yöntemine odaklanıyorum.

Özkaynak finansmanı yöntemini izleyen girişimler farklı yapılarıdaki yatırım turlarından geçmektedir. Turları birbirinden ayırtıran en temel kriter yatırım turunda girişime sağlanması hedeflenen fon miktarıdır; diğer bir deyişle 'tur büyüklüğüdür' (İngilizce 'round size'). Yatırım turları tohum öncesi, tohum, seri-A, seri-B, seri-C, seri-D, seri-E ve halka arz şeklinde en küçük ölçekli olandan en büyük ölçekli olana doğru sıralanmaktadır. İlerleyen kısımlarda bunlara daha detaylı değineceğim.

Girişimciler özkaynak finansmanı sürecinin en başında kemer sıkılmaktadır (İngilizce ifade ile 'bootstrapping').

'Kemer sıkıma' girişimci ekibin kendisinin sağladığı veya bireysel borçlanma yoluyla temin ettiği para, çalışma alanı, teçhizat vb. kaynakların dikkatle ve tasarruflu bir şekilde girişimin menfaatleri için değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Girişimciler kendilerine ait kaynaklar yetersiz kaldığında en yakınlarında bulunan aile üyelerinden, dostlarından ve onlara inanç besleyen kişilerden fonlama konusunda destek alırlar. Söz konusu kitle yabancılar arasında '3F' olarak anılmaktadır. 3F'nin açılımı İngilizce 'family, friends, fools'dur. Türkçeye 'aile, dostlar, budalalar' olarak çevirmek mümkündür. Girişimciler 3F dışında 'kitleden' de fon sağlama yoluna gidebilirler. 'Kitlesele fonlama' (İngilizce 'crowdfunding') veya diğer adıyla 'kitle fonlaması', 2000'lerin başında internetin gelişmiş ülkelerde yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmıştır ve bilinirliği her geçen gün artmaktadır. Kemer sıkmanın uygulandığı, 3F'den ve kitleden fon sağlandığı dönem yatırım turları bağlamında değerlendirildiğinde tohum öncesi yatırım turuna denk

gelmektedir. Bu yatırım turu, girişimin en erken aşamalarında gerçekleştiği için bu turda girişime sağlanan fon miktarı düşük seviyede kalmaktadır. Tohum öncesi yatırım turlarının ortalama büyüklüğünün 2021 yılı itibarıyla ABD'de 50 bin dolar, Türkiye'de ise 20 bin dolar civarında olduğu gözlemlenmektedir.

Pazarlanabilir durumda bir ürüne sahip olup henüz kayda değer miktarda gelir yaratmayan girişimler için sıradaki yatırım turu tohum yatırım turudur. İlk resmi yatırım turu olma niteliğindeki tohum yatırım turunun amacı, girişimin ilk aşamalarında işe alım, ürün geliştirme, pazar araştırması gibi hayati önemdeki faaliyetler için ihtiyaç duyduğu finansal kaynakların girişime sağlanmasıdır. Tohum yatırım turunda girişim sermayesi şirketlerine başvurmak için henüz çok erkendir. Zira, düşük tutarlı yatırım işlemleri yüksek fon büyüklüğüne sahip girişim sermayesi şirketleri için ekonomik olarak anlamlı olmamaktadır; bu nedenle girişim sermayesi şirketlerinin büyük bir kısmı doğrulanma aşamasındaki girişimlerden gelen talepleri genellikle hızlı bir şekilde geri





çevirmektedir. Bu noktada tohum öncesi yatırım turunda yer alan 3F'den ve kitleden hemen sonra tohum yatırım turunda melek yatırımcılara yönelmek girişimciler açısından daha doğru bir strateji olmaktadır. Bir melek yatırımcının tohum yatırım turunda yaptığı yatırımın 2021 yılı itibariyle ABD'de ortalama 100 bin dolar, Türkiye'de ise 50 bin dolar seviyesinde olduğu gözlemlenmektedir.

Girişimci için tohum yatırımdan sonra sırada seri-A yatırımdır. Pazara çıkmış, gelir yaratmaya başlamış büyüme aşamasındaki girişimler kendilerini en az bir yıl daha büyütecek olan finansmanı sağlamak için seri-A yatırım turunda girişim sermayesi şirketlerinden veya kurumsal girişim sermayesi şirketlerinden yatırım alırlar. Girişim sermayesi şirketlerinin katılımlarıyla ön plana çıkan seri-A yatırımlarında işlem büyüklüğünün 2022 yılı itibariyle ABD'de 2 ila 15 milyon dolar arasında, Türkiye'de ise 500 bin dolar ila

2 milyon dolar arasında olduğu gözlemlenmektedir.

Seri-A yatırım turu itibariyle tur büyüklüğünün milyon dolarlar seviyesine çıkması ve her yatırım turunda rakamın yükselmeye devam edecek olması yatırımcıları eş yatırım (İngilizce 'co-investment') yapmaya yöneltmektedir. Eş yatırım kavramı farklı nitelikteki yatırımcıların bir arada yaptıkları yatırımların tarifinde kullanılmaktadır. Örneğin, Seri-A yatırıma bir melek yatırımcının 250 bin dolar ve bir girişim sermayesi şirketinin 750 bin dolar ile katılması; diğer yandan Avrupa İnovasyon Konseyi'nin (EIC) yapılan bu yatırımları 'eşlemek' amacıyla 1 milyon dolar ile yatırım turuna diğer ikisinin yanında dahil olması bir eş yatırımın varlığına işaret etmektedir.

Seri-B yatırım turunda, bir girişimin ölçeklenme faaliyetlerine hız vermesi için yatırımcılardan fon talep edilmektedir. Seri-B yatırım turlarındaki işlem

büyüklüğünün 2022 yılı itibariyle ABD'de 10 ila 30 milyon dolar arasında, Türkiye'de ise 2 ila 5 milyon dolar arasında olduğu gözlemlenmektedir. Bu yatırım turu itibariyle girişim sermayesi şirketlerine ek olarak özel sermaye şirketleri de yatırımcılar arasında yer almaya başlamaktadır. Özel sermaye şirketleri en temelde yönetilen fon miktarı bakımından girişim sermayesi şirketlerinden farklılaşmaktadır. Özel sermaye şirketleri için genellikle 1 milyar Dolardan daha düşük hacimdeki fonlar cazibe yaratmazken, girişim sermayesi şirketleri 20 ila 30 milyon dolar büyüklüğündeki fonlarla çalışmayı cazip bulabilirler.

Girişimler seri-B yatırımdan sonra sıradaki basamaklar olan seri-C, seri-D, seri-E yatırımlarına geçerler ve her turda bir önceki turun en az bir katı kadar daha fazla fon temin ederek en sonda halka arz (İngilizce 'initial public offering' - IPO) noktasına ulaşmayı hedeflerler.

## MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

## 15 Mayıs Pazartesi

- Nisan 2023 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

## 17 Mayıs Çarşamba

- 2023 I. Geçici Vergi Dönemine (Ocak-Şubat-Mart) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2023 I. Geçici Vergi Dönemine (Ocak-Şubat-Mart) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2023 I. Geçici Vergi Dönemine (Ocak-Şubat-Mart) Ait Kurum Geçici Vergi Beyannamesi Ekinde Kurumlar Vergisi Mükellefleri Tarafından Gerçek Faydalancıya İlişkin Bildirim Formunun Verilmesi

## 22 Mayıs Pazartesi

- Nisan 2023 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 25 Mayıs Perşembe

- 1-15 Mayıs 2023 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Mayıs 2023 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

## 26 Mayıs Cuma

- Nisan 2023 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- GVK Geçici 61. Madde Uyarınca Hesaplanan Yatırım İndirimi Stopajının Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 29 Mayıs Pazartesi

- Nisan 2023 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 31 Mayıs Çarşamba

- 7256 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 15. Taksit Ödemesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Şubat 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 7326 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 11. Taksit Ödemesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Şubat 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Veraset ve İntikal Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- 2023 Yılı Emlak Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- Nisan 2023 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2023 Yılı Çevre Temizlik Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- Denetim Kuruluşları Yetkilendirme Belgesi Yıllık Harç Ödemesi
- Elektrik Üretimi Lisans Harçları Yıllık Harç Ödemesi
- 2022 Yılına Ait Gelir Vergisi Mükelleflerinin Vergi Levhasının İnternet Vergi Dairesinden Alınması
- Nisan 2023 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Mart 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 2022 Yılına Ait Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin Vergi Levhasının İnternet Vergi Dairesinden Alınması



# GARANTİ BBVA'YLA KOBİ'LER TAM GÜÇ İLERLER

KOBİ'lerimize özel sunduğumuz dijital krediden Tek Ekran Teknolojisi'ne, uzman portföy yöneticileriyle danışmanlığa, KOBİ'lerimizin finansal sağlıklarına güç katmak için çalışıyoruz.

