

PROF. VOLKAN DEMİR: İŞ YAŞAMINDA KADINLARIN ÖNEMİ

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

NİSAN 2023

ÇEVRECI GİRİŞİM ZAMANI

TÜRKİYE'DE
ÖNE ÇIKAN
YENİ GİRİŞİMLER

İKLİM ODAKLI
TEKNOLOJİLER

EKOLOJİK
İŞ FİKİRLERİ
ARTIYOR



250 ROBOTİK PROJE ÜSTLENDİ

"KOBİ'LER DEPREM KISKACINDA"

ONLINE TERAPİDE İNGİLTERE'YE AÇILDI

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



**KADIN
GİRİŞİMCİ**





Felaketlere karşı çevreci çözüm

6 Şubat'ta yaşadığımız Kahramanmaraş merkezli deprem felaketinin büyüklüğü yalnızca ülkemizde değil; tüm dünyada yankı uyandırdı ve büyük bir kedere neden oldu.

Son resmi verilere göre, 50 binin üzerinde insanımız yaşamını yitirdi, yüzbinlerce insanımız yaralandı, milyonlarca insanımız evsiz kaldı. Ortaya çıkan felaketin yaralarını sarmak için yaklaşık 100 milyar dolarlık bir kaynağa ihtiyaç duyulacağı hesaplanıyor.

Ne yazık ki yaşadığımız deprem felaketinin bir nedeni bulunduğumuz coğrafyanın altındaki fay hatlarıysa, diğer nedeni de bir deprem ülkesi olduğumuzu umursamadan yaptığımız dayanıksız binalar, altyapısı zayıf kentler...

Tam da bu nedenle artık silkinmeli ve bugüne kadar yapılan hatalardan ders çıkararak, çocuklarımıza, torunlarımıza güven içine yaşayacakları kentler, evler inşa etmeliyiz.

Fay hatları nasıl coğrafyamızın bir gerçeği ise küresel çapta yaşanan iklim değişikliği de hayatımızı doğrudan etkileyen bir başka gerçek. Hem dünyada hem de Türkiye'de iklim krizi her geçen yıl kendini daha fazla göstermeye başladı. Ülkeler, iklim krizine karşı net sıfır karbon hedeflerine ulaşmak ve emisyon oranlarını daha da azaltmak için masalar kuruyor, çalışmalar yapıyor. Artık çevreci

teknolojiler geliştirmek her zamankinden daha fazla öneme sahip.

2023 Döngüsellik Boşluk Raporu'na (Circularity Gap Report 2023) göre atık ve kaynak yönetimiyle mevcut ekonominin önüne geçmezsek, 2050 yılına kadar doğal kaynakların tükenme riski var!

Bununla bağlantılı olarak artan sıcaklıklar sonucunda sel, kuraklık, orman yangınları ve kıtlık gibi aşırı iklim koşullarının daha yoğun yaşanmasına neden olacak. Hatta Türkiye'de son yıllarda devasa orman yangınları ve kent merkezlerini ardında sürükleyen seller artık sıradan olmaya başladı bile maalesef...

KOBİ Girişim dergimizin bu sayısında, size bu olumsuz tabloyu adım adım olumluya çevirme potansiyeli olan 'çevreci girişimler'i anlatmak istedik. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kurulmaya başladı.

Ekolojiyi önceleyen, dünyayı kirleten küresel üretim sistemlerine karşı alternatif bir çözüm sunan bu çevre girişimlerini çok önemsiyoruz. Umalım ki bu tür girişimlerin sayısı her geçen gün artsın, çoğalsın...

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

HABER MERKEZİAyşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü)
Burcu Tuvay, Sibel Atik, Ceren Oral BalabanSAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ
Funda Demirci AyanANKARA 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 Diğdem 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 01 / 57 / 59**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 01 / 57 / 59**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**Sezinur Balkıçoğlu
REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbeş
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 Yayıcılık 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 üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300

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



İÇİNDEKİLER



Artık iklim krizinin ve küresel ısınmanın her geçen gün kendini daha fazla hissettirmeye başladığı dünyamızda çevreci girişimler önem kazanmaya başladı. Türkiye’de de girişimcilik eko sistemi rotasını çevreci teknolojilere çevirmiş durumda. Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kuruluyor.



Acıbadem Sağlık Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar’ın öncülüğünde kurulan LifeClub, “kişiyi özel sağlık yönetimi” yapan bir süper uygulama (super app). LifeClub’ın dijital yapıda önleyici tıp yaklaşımıyla, bütünsel sağlık yönetimi yapan bir üyelik sistemi olduğunu söyleyen LifeClub Genel Müdürü Elif Elkin, kısa sürede yaklaşık 5 bin üyeye ulaştıklarını söylüyor.



İdeaSoft 2022 KOBİ E-ticaret Raporu açıklandı. Rapora göre; İdeaSoft’un geliştirdiği e-ticaret altyapısını kullanan siteler; 2022 yılında 7 milyondan fazla tüketicinin 68 milyon adet ürün ihtiyacını karşıladı. Toplam hacim 2021 yılına oranla yüzde 74 oranında artarak 7 milyar TL’yi geçti.

05 Global adımlara İngiltere’den başlıyor

06 KOBİ Gündemi

08 **KAPAK KONUSU**

Çevreci girişimciler büyüyor

12 ‘Ticaretin Kadınları’ BM’de tanıtıldı

14 “KOBİ’ler deprem kışkıncında”

16 250 robotik proje üstlendi

18 “Kişiyi özel önleyici tıp yaklaşımı oluşturuyoruz”

20 Türkiye’yi merkez üs olarak konumlandırdı

22 Adının baş harfleri markası oldu

23 Mobilyada butik üretime odaklanacak

24 E-ticaret 2022’de yüzde 74 büyüdü

26 13 bin kadın girişimciyi destekleyecek

27 Miami’den Sidney’e dünyaya açılacak

28 “Yurtdışına yaban mersini ihraç edeceğiz”

30 “Avrupa pazarında büyüme hedefliyoruz”

32 Online terapide İngiltere’ye açıldı

34 TalkTuBaNA ile liderlere mentörlük yapıyor

35 Marmara Bölgesi’nde yeni projelere başladı

36 **Prof. Dr. Volkan Demir:** İş Yaşamında Kadınların Önemi

38 **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:** Şirketlerde Kültürler Arası İletişim (1)

40 **Cem Ener:** Şirketlerle İlgili İstihbarat Verisi Edinmenin 8 Pratik Yolu

42 Vergi Takvimi



Birleşmiş Milletler 67’nci Kadın Statüsü Komisyonu toplantıları kapsamında KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve Garanti BBVA iş birliğinde “Dijital Çağda Kadınların Girişimcilik ve Ortaklıklar Yoluyla Güçlendirilmesi” paneli düzenlendi. Panelde KAGİDER’in hayata geçirdiği ve Garanti BBVA ile geliştirdiği “Ticaretin Kadınları” portalı tanıtıldı.



Geçen yıl toplam 196 milyon dolar yatırım alan uluslararası dijital taşımacılık platformu TruKer, Türkiye’yi merkez olarak konumlandırdı. TruKer Türkiye, Doğu Avrupa ve BD’den Sorumlu Genel Müdür Hakan Arıkan, Polonya ve Kazakistan’daki gelişme planlarını Türkiye üzerinden yöneteceklerini söylüyor.



Antalya’da Sena Tur markasıyla bilinen Ünver ailesinin temsilcilerinden Meriç Ünver, Land of Berry markasıyla tarım işine girdi. 151 dönümlük bir arazide yaban mersini üretmeye başlayan Land of Berry Yönetim Kurulu Başkanı Meriç Ünver, “2024 yılı içerisinde dünyanın farklı ülkelerine ‘Merry&Berry’ etiketli ürünlerimizi ihraç edeceğiz” diyor.

Global adımlara İngiltere'den başlıyor

Adımları başışa çeviren ilk sağlık uygulaması Help Steps, geçtiğimiz günlerde kitlesel fonlama şirketi Fonangels'ta başlattığı fon kampanyası ile global büyüme planlarını hayata geçirdi. Help Steps Kurucusu Gözde Venedik, "İlk etapta İngiltere pazarında büyümeyi hedefliyoruz" diyor.

Gün boyunca attığınız adımlarla dilediğiniz STK'ya başış yapabileceğiniz bir mobil platform geliştiren Gözde Venedik, 'Helpsteps' adını verdiği uygulama ile 2022 yılında Ekonomist Dergisi, Garanti BBVA ve KAGİDER'in gerçekleştirdiği 15. "Türkiye'nin Kadın Girişimcisi" ödülünde "Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi" ödülünü almıştı. 2019 yılında Türkiye'de kurulan bir mobil uygulama projesi olan Help Steps'te bugüne kadar 225 milyar adım desteğe dönüştü. Bu, toplam 25 engelliye cihaz desteği, 15 ton sokak hayvanlarına mama, 145 çocuk için eğitim desteği ve 7 bin 500 fidan ile doğa katkı ve en önemlisi farkındalık demek.

Platform, eş zamanlı olarak sporu ve sporcuyla desteklemek üzere 5 büyük spor kulübü ile de işbirliği içerisinde.

Global büyüme planları

Geçtiğimiz günlerde kitlesel fonlama şirketi Fonangels'ta başlattığı fon kampanyası ile global büyüme planlarını da hayata geçiren Help Steps, ilk etapta İngiltere pazarında büyümeyi hedefliyor. Bu amaçla, Birleşik Krallık'ta ve Avrupa'da spor kulüpleri ve STK'larla proje geliştirmeye başladıklarını söyleyen Help Steps Kurucusu Gözde Venedik, İngiltere'nin ardından ABD ve Avrupa ülkelerinde büyümeyi planladıklarını belirtiyor. Venedik, "Akıllı telefona sahip herkesin hiç herhangi bir ücret ödmeden istediği kampanyayı destekleyebildiği, 1.6 milyondan fazla kullanıcıya sahip olan Help Steps ile şimdiye kadar 10 bin kez dünya turuna denk gelen 200 milyar adım atıldı ve

"Adımlar Türkiye İçin" kampanyası

Help Steps, şimdi de kullanıcıların attığı adımlar sayesinde, deprem bölgesindeki afetzedelere destek olacak. "Adımlar Türkiye İçin" kampanyasıyla Help Steps, 8.2 milyar adıma ulaştı; adımların TL karşılığı olan 200 bin TL AKUT ve Kızılay aracılığıyla depremden etkilenen bölgelere desteğe dönüştü. Help Steps yıl boyunca iş birliği içinde olduğu STK'larla deprem sonrası için özellikle çocuklar, eğitim, sokak hayvanları ve sağlık özelinde sürdürülebilir projeler üretmeye devam edecek ve kullanıcılarından gelen adımlardan elde edilen gelirleri, bu projelere aktaracak.

geliri sivil toplum kuruluşları, spor kulüpleri ve bireysel yararlanıcılara başışlandı" diye ekliyor.

Paya dayalı fonlama

İngiltere ve Avrupa'daki çeşitli STK ve spor kulüpleri ile işbirliklerini duyuracakla-

rıni da dile getiren Venedik, fon kampanyalarının halen aktif devam ettiğini söylüyor ve şunları anlatıyor: "Paya dayalı fonlama sistemi ile yatırımcılar diledikleri oranda yatırım yaparak Help Steps hissedarı olabiliyor. İleride Help Steps yatırımcı aldığında hisseleri oranında pay alacaklar. İleriye dönük bir yatırım yapmış oluyorlar. Projenin tüm detayları, finansal tabloları ve gelecek projeksiyonu fonangels.com üzerinde incelemeye ve yatırıma açık. Fonun tamamlanmasının ardından hızla planlarımızı uygulamaya, uygulamayı tüm dünyada bilinir hale getirmeye ve en önemlisi ülkemiz ve toplum için fayda yaratmaya devam edeceğiz."

Platformda 2022'den bu yana sadece adımlar değil araç kilometreleri de HS'ye dönüşüyor. Help Steps, dünyada bir ilk olarak 'Daha az kilometre, daha çok doğaya destek' diyerek çıktığı yolda 2022 yılı içerisinde yeni veri dönüşümü alanını aktif etmiş bulunuyor. Blockchain ve WEB3 dünyasını yakından takip eden Help Steps, sosyal girişimciliği ve başış algısını 2023 yılında WEB3'e taşımayı hedefliyor.



GÖZDE VENEDİK

Hamdi Ulukaya Girişimi'nden afet yönetimi girişimleri için önemli adım



■ Kahramanmaraş merkezli depremin ardından ABD'de yürüttüğü bağış çalışmaları ile dikkat çeken Hamdi Ulukaya tarafından 2017 yılında kurulan Hamdi Ulukaya Girişimi (HUG), şimdi de deprem felaketi sonrası afet yönetimine yönelik olarak insanların hayatını kolaylaştıracak yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler içeren projeler geliştirmek üzere tüm girişimcilik ekosistemini bir araya getirdi. 18 ve 19 Mart tarihlerinde iki farklı program ile girişimcilik ekosistemini buluşturan Hamdi Ulukaya Girişimi, programın ilk gününde HUG bünyesinde 2017'den bu yana iş birliği içinde bulunduğu startup'lar ile bir araya gelirken, Hamdi Ulukaya da canlı video bağlantısı ile

katılımcılara seslendi. Konuşmasında özel sektörün dönüştürücü gücüne inandığını belirten ve bu doğrultuda işletmelerin toplumu daha iyiye dönüştürme gücüne sahip olduğu vizyonu ile 2017 yılında Hamdi Ulukaya Girişimi'ni başlattığını belirten Ulukaya, yaşanan deprem felaketi sonrasında böyle dönemlerde iş dünyasına düşen en temel görevin kalıcı çözümlere katkı sunmak olduğunu vurguladı.

Derin teknoloji girişimleri sahne aldı

■ İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen "Siber Güvenlik Hızlandırma ve Kuluçka Programı: Cybercube" projesinde yer alan girişimlerinde yer aldığı 10 derin teknoloji odaklı girişim, Teknopark İstanbul Kuluçka Merkezi Cube Incubation ev sahipliğindeki Cube Demoday'23 etkinliğinde sahne aldı. Temasını dünyanın birçok sorununa çözüm sunan mercan resiflerinden alan Demoday ile, çığır açıcı etkiler

oluşturan, odak sektörlerle çözümler üreten 10 derin teknoloji girişimi, proje ve ürünlerini yatırımcılara, sektör temsilcilerine ve kurumsal şirketlere tanıttı. 16 Mart Perşembe günü, Türkiye girişimcilik ekosisteminin en büyük destekçilerinden İstanbul Kalkınma Ajansı

ortaklığında ve "egirişim" kurucusu Hilmi Öğütçü moderasyonunda gerçekleşen Cube Demoday'in açılışında Teknopark İstanbul Genel Müdürü Bilal Topçu ve İstanbul Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri İsmail Erkam Tüzgen'de konuşma yaptı. Ayrıca etkinlikte, Teknopark İstanbul Altın Küpü Yatırım Ağı'nın tanıtımı gerçekleştirildi.



TEKNOFEST Girişim Programı girişimleri belli oldu

■ T3 Girişim Merkezinin, 2018 yılından bu yana düzenlenen TEKNOFEST kapsamındaki yarışmalara katılıp finalist olanlara yönelik sunduğu TEKNOFEST Girişim Programının ikinci dönem kazananları belli oldu. TEKNOFEST Girişim

Programının 2. dönemi için "Ön Kuluçka Programına" 314, "Hızlandırma Programına" 101 toplamda 415 başvuru yapıldı. Değerlendirmeler sonucunda ise 8'i hızlandırma, 9'u ön kuluçka programına olmak üzere 17 girişim seçildi. Programın 2. döneminde ön kuluçka girişimlerine 150 bin TL, hızlandırma girişimlerine 300 bin TL maddi destek imkanı sunulmaktadır. Girişimlere maddi destekle beraber; girişimcilik eğitimleri, ofis desteği, yatırımcı ve mentor görüşmeleri gibi 12 farklı alanda da imkan sunulmaktadır. Programdan mezun olmaya hak kazanan girişimler, 27 Nisan - 1 Mayıs tarihleri arasında TEKNOFEST İstanbul'da düzenlenecek Girişim Gösteri Gününe katılacak, ardından Take Off İstanbul'da yatırımcılarla ve alanında uzman mentorlarla buluşacak.



E-ticaret Zirvesi mayıs sonunda yapılacak

■ Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte e-ticaret dünyası büyüme ivmesini artırırken, yerel pazarın önemli oyuncularını e-ticaret zirvesinde bir araya geliyor. KOBİ'lere e-ticaret altyapısı hizmeti veren ikas'ın düzenlediği E-Ticaret Zirvesi'nde, sektördeki uzman isimler ikas Kurucusu Mustafa Namoğlu moderatörlüğünde bilgi ve deneyimlerini paylaşacak. 27 Mayıs'ta saat 21.30'da başlayacak ve yaklaşık üç saat sürecek etkinlik çevrimiçi olarak gerçekleştirilecek. Etkinliğe 8 sürpriz konuk dahil olurken, zirvenin ev sahibi ikas, katılımcılar için hazırladığı özel e-ticaret paketlerinin bulunduğu hediyeleri duyuracak.

Garanti BBVA'dan İGE Kefaletli İhracat Kredisi



■ Garanti BBVA olarak KOBİ'lerin ihracatını artırmaya yönelik çalışmalarımıza İGE kefaletli kredi desteği ile devam ediyor. Banka, İhracatı Geliştirme A.Ş. (İGE) ile gerçekleştirdiği iş birliği kapsamında; ihracatçı ve döviz kazandırıcı hizmet faaliyetlerinde bulunan, teminat yaratma güclüğü çeken KOBİ

işletmelere İGE kefaleti ile finansman sağlıyor. İGE kefalet programından yalnızca ihracatçılar birliğine üye olan KOBİ firmalar faydalanabiliyor. Sabit giderler ile mal ve hizmet alımlarına ait faturalar, kira ödemeleri ve maaşla ilgili ödemeler için İGE teminatlı kredi kullanılabilir. Kredi kullanımları ise fatura/sözleşmelere istinaden yapılıyor. Bankanın kayıtlarında iflas, iflas ertelemesi, fesih, konkordato kaydı olmayan, elde edilebilen son Risk Merkezi verilerine göre takipte kredisi bulunmayan müşterilerimiz İGE kefaletinden yararlanabilecek. Kredi başvuruları, İGE ve Garanti BBVA tarafından yapılacak değerlendirme ile sonuçlandırılacak.



İnvenDO Up yeni dönem başvurularını bekliyor

■ Doğu Yeni Girişimler bünyesinde gerçekleşecek InvenDO Up Girişim Hızlandırma Programı 2. dönem kayıtları başlıyor. Girişimcilerin gelişimini hızlandırmak amacıyla düzenlenen ve bu yıl ikincisinin gerçekleştirileceği InvenDO Up Programı, erken aşama teknoloji girişimlerine mentorluk ve iş geliştirme desteklerine ek olarak yatırım imkanı da sunuyor. 2022 yılında ilki gerçekleştirilen InvenDO Up programı ile 400'den fazla başvuruyu değerlendirerek 3 girişimi mezun eden Doğu Yeni Girişimler; 3metrics ve Ingosa girişimlerine tohum yatırımı gerçekleştirdi. Hızlandırma programı boyunca, girişimcilere alanında uzman kişiler tarafından verilen eğitimlerin yanı sıra, düzenli mentorluk toplantıları ile satış, pazarlama, büyüme stratejileri, hedef kitle belirleme, en doğru fiyatlandırmayı oluşturma gibi alanlarda destek verildi. InvenDO Up Hızlandırma Programı için, Doğu Yeni Girişimler'in bu dönemki program partneri Invexen olacak.

Türkiye Kadın Girişimci Akademisi Ankara eğitimleri nisanda

■ Geleceğe iyi bakmak amacıyla ekonomiye güç katan kadın girişimcileri destekleyen Garanti BBVA, Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) ile birlikte hayata geçirdiği Türkiye Kadın Girişimci Akademisi'nin Ankara'da düzenlenecek eğitimleri Nisan sonuna ertelendi. Kadın girişimcilerin yönetim becerilerini artırmak, iş hayatındaki varlığını güçlendirerek kalıcı ve sürdürülebilir kılmak amacıyla düzenlenen Türkiye Kadın Girişimci Akademisi,



Ankara Sanayi Odası ve TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu desteği ile 27 Nisan 2023 tarihinde başlayacak. sınırlı kontenjan ile gerçekleştirilecek Türkiye Kadın Girişimci Akademisi'ne katılmak isteyen Ankaralı kadın girişimcilerin 24 Nisan 2023 tarihine kadar <https://www.garantibbvakadimgirisimci.com/> adresinden başvuru yapması gerekiyor.



Mikro-girişimciler için iş kurmanın dijital devrimi

■ Kendi işini kurmayı hayal eden ancak sermaye ve mentor sorunu yaşayan mikro-girişimciler için doğan GOODFORYOU, 6 ayı aşan bir çalışma ve yatırımın sonucunda tüm dijital alt yapısını kendi ekibiyle birlikte programladı. Orijinal içerikleri ve kodlamasıyla dünyanın ilk ve tek mikro-girişimcilik platformu olarak inşa edilen GOODFORYOU, 16 Adım Programı ve

Mentorluk Aplikasyonu ile mikro-girişimcilere 3 aşamada iş kurmayı öğretecek. Platformun amacı, girişimci olmak isteyen ancak uygun koşullara sahip olmadığını düşünen üniversite öğrencilerinin, mezunların, beyaz yakallıların ve ikinci baharını yaşamak isteyen kişilerin yeni bir başlangıç yapmalarına yardımcı olmak, bunu da uçtan uca dijital, pratik ve oldukça ekonomik bir şekilde gerçekleştirmek. Amerika Florida merkezli kurulan ve Türkiye'de de faaliyette olan GOODFORYOU, 2030'a kadar Türkiye'de 1 milyon, dünya genelinde ise 30 milyon mikro-girişimciyi yola çıkarmayı hedefliyor. GOODFORYOU Kurucu Ortağı Cem Akın, "Yola çıkmak için beynine format atmalı, girişimcilik kaslarını geliştirmelisin. İlk aşama olan, 64 basit ve eğlenceli videodan oluşan 16 Adım Programı'nın amacı budur" diyor.

ÇEVRECI GİRİŞİMCİLER BÜYÜYÖR



Artık iklim krizinin ve küresel ısınmanın her geçen gün kendini daha fazla hissettirmeye başladığı dünyamızda çevreci girişimler önem kazanıyor. Türkiye’de de girişimcilik ekosistemi rotasını çevreci teknolojilere çevirmiş durumda. Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kuruluyor.

Hem dünyada hem de Türkiye’de iklim krizi her geçen yıl kendini daha fazla göstermeye başladı. Ülkeler, iklim krizine karşı net sıfır karbon hedeflerine ulaşmak ve emisyon oranlarını daha da azaltmak için masalar kuruyor, çalışmalar yapıyor. Artık çevreci teknolojiler geliştirmek her zamankinden daha fazla öneme sahip.

2023 Döngüsellik Boşluk Raporu (Circularity Gap Report 2023) dünyadaki döngüsellik oldukça düşük olduğunu ve 2018 yılında yüzde 8,6 olan oranın bu yıl yüzde 7,2’ye düştüğünü gösteriyor. Dolayısıyla atık ve kaynak yönetimiyle mevcut doğrusal ekonominin önüne geçmezsek 2050 yılına kadar doğal kaynakların tükenme riski olduğunu, bununla bağlantılı olarak artan sıcaklıklar sonucunda sel, kuraklık, orman yangınları ve kıtlık gibi aşırı iklim koşullarının daha yoğun yaşanmasına neden olacağını görüyoruz.

Dünya genelinde gün geçtikçe doğa dostu malzemelerin ve teknolojilerin kullanımı konusunda bilinç artıyor. Türkiye’de de girişimcilik eko sistemi rotasını çevreci teknolojilere çevirmiş durumda. Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kurulmaya başladı. Biz de haberimizde bu çevreci girişimlerin projelerini ve büyüme planlarını araştırdık.

DİJİTAL ATIK YÖNETİMİ

Örneğin Evreka, gerçek zamanlı ve geçmiş verileri kullanarak atık yönetim sürecinin her aşamasını optimize etmek için dijital bir atık yönetimi platformu sunuyor. 2022 yılında 3 bin 500’ün üzerinde aracın yönetimi için kullanılan çözümler sayesinde 22,5 milyon kilogramdan fazla karbon emisyonu azaldı. ABD’den Singapur’a dünyanın 20’den fazla ülkesine atık ve kaynak yönetimi çözümleri sunduklarını söyleyen Evreka CEO’su Umutcan Duman, “Hollanda’da ilk yerel ofisimizi açtık. Uluslararası geri dönüşüm lideri TerraCycle ile yaptığımız ortaklık sayesinde çözümlerimiz 16 ülkede kullanılıyor. İngiltere ve İrlanda’nın da bulunduğu Avrupa operasyonlarının yanı sıra Kuzey Amerika’da da büyümeye devam ediyoruz” diyor.

YEŞİL YAKALI ÇALIŞANLAR

Biriktir ise bireylere ve kurumsal firma çalışanlarına oyunlaştırılmış sistemiyle yeşil alışkanlıklar kazandı-



UMUTCAN DUMAN

arakarbon ayak izi ölçümünü gerçekleştirerek Biriktir App & Platformundan anlık veriler sağlıyor. Yağmur Gömürlü, Yusuf Demir ve Elif Köse tarafından hayata geçirilen Biriktir, ödüllendirme ve bağış sistemi



YAĞMUR GÖMÜRLÜ

13 GİRİŞİMİN FAALİYETLERİ

ŞİRKET ADI	FAALİYETİ
Biriktir	Bireylere ve kurumsal firma çalışanlarına oyunlaştırılmış sistemiyle yeşil alışkanlıklar kazandırarak karbon ayak izi oluşumunu engelliyor.
Evreka	Gerçek zamanlı ve geçmiş verileri kullanarak atık yönetim sürecinin her aşamasını optimize etmek için dijital bir atık yönetimi platformu sunuyor.
Energymet	Kullanıcıların saatlik değişken elektrik birim fiyat tarifesine göre tükettikleri elektriğin makine öğrenmesi eşliğinde yenilenebilir enerji kaynakları ve depolama çözümleri ile karşılanmasını sağlıyor.
Esmiyor	İklim krizi ve sürdürülebilirlik alanlarında çalışan, amaç odaklı bir tasarım stüdyosu.
Eyes of Solar	Enerjisini güneşten sağlayan bir entegre güvenlik sistemi.
Fazla	Gıdadan tekstile, kimyasaldan ambalaja tüm fazla ürünleri döngüsel ekonomiye kazandırmak için çalışmalar yürütüyor.
Harcy	Polyester atıklarının geri dönüşümünü sağlamak için bina ısı yalıtım malzemesi üretiyor.
Komporize	Atık çay lifinden biyokompozit malzeme üretimi yaparak, sürdürülebilir, çevreci ve yenilikçi malzeme üretimi amaçlıyor.
LogD	Milk Run Yönetim Sistemi’ni kullanan markalar ve işletmeler, hem çevreye verdikleri zararı azaltıyor hem karbon ayak izini azaltıyor hem de döngüsel ekonominin devam etmesini sağlıyorlar.
Some Carbon	Küresel karbon emisyonlarına yönelik AR-GE, yazılım ve üretim çalışmaları yürüten bir girişim.
Tayko Pil	Türkiye’de üretimi olmayan CR2032 sınıfı pil üretimine odaklanmış bir AR-GE firması.
ThermaBee	Isı yönetim malzemeleri geliştiriyor ve üretiyor
Werover	Hidroelektrik santralleri ve rüzgar enerjisinde geliştirdiği yazılımla birlikte enerji varlıklarında sürdürülebilirliği sağlamayı hedefliyor.

*Alfabetik sıralanmıştır.

arakarbon ayak izi oluşumunu engelliyor ve

sayesinde bireylerin ve kurumların atıklarını ayrıştırarak, doğru bir şekilde geri dönüşüm yapmasını teşvik ediyor. Şirketlerde ‘yeşil yakalı çalışanlar’ oluşturduklarını söyleyen Gömürlü, “Çalışanlar şirket içinde gerçekleştirdikleri yeşil görevler sonucunda çevre puanı kazanıyorlar. Bunun sonucunda ise ödül kazanıyor veya sos-



MUSTAFA KUYUMCU
KOMPORİZE KURUCUSU

“12 bin ağacı kurtacağız”

“Komporize atık çay lifinden biyokompozit malzeme üretimi yaparak, sürdürülebilir, çevreci ve yenilikçi malzeme üretimi amaçlıyoruz. Üretilen biyokompozit malzemeler başta otomotiv, beyaz eşya, mobilya, inşaat, mimari, oyuncak ve tüketici sektörüne son ürün üreten firmalara hitap ediyor. Yılda 60-100 bin ton olarak ortaya çıkan çay lifleri; fabrikalarda yakma ya da çürümeye terk etme şeklinde yok ediliyor. Biz atık çay liflerini amaca yönelik olarak belirlenen özel bağlayıcılar ile bir formülasyon kullanarak ve karıştırarak doğada çözünebilir biyokompozit hammaddeler elde ediyoruz. Atık çay lifinin kullanım miktarını 500 tonlara çıkarmayı planlıyoruz, böylece 12 bin ağacı kurtarmış olacağız.”



BALCA YILMAZ
WEROVER KURUCUSU

“Rüzgar türbinlerinin ömrünü uzatıyoruz”

“Hidroelektrik santralleri ve rüzgar enerjisinde geliştirdiğimiz yazılımla birlikte enerji varlıklarında sürdürülebilirliği sağlamayı hedefliyoruz. Searover ile hidroelektrik santrallerinde bulunan hızlandırma tünellerinin 3D haritasını çıkarıyoruz. Su altı için özel olarak üretilen robot ile bu operasyonu 1-2 gün içerisinde gerçekleştiriyoruz. Windrover ile rüzgar türbinleri için bakım önerileriyle birlikte 7/24 sağlık izleme hizmeti sunuyoruz. Windrover, makine öğrenimi algoritması ile verileri toplayıp analiz ederek rüzgar türbini kanatlarında erken hasar tespitini yapıyoruz. Bu sayede normalde 15-20 yıl servis ömrü olan rüzgar türbinlerinin servis ömrünü uzatmayı hedefliyoruz.”

yal sorumluluk projelerine başta bulunabilirler” diye konuşuyor.

TASARIM STÜDYOSU

Esmiyor, iklim krizi ve sürdürülebilirlik alanlarında çalışan, amaç odaklı bir tasarım stüdyosu. Kurumlara ve şirketlere sürdürülebilirlik stratejilerinde ve sürdürülebilirlik iletişiminde yenilikçi çözümler ve projeler sunarak hem doğrudan etkilerini artırmayı hem de bu ilham

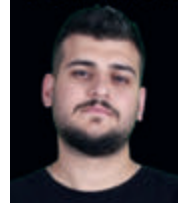


DERİN ALTAN

verici projelerin iletişimiyle dolaylı etki yaratmayı amaçlıyor. Derin Altan, Naz Yaman ve Utku Güven tarafından hayata geçirilen sosyal girişim, kurumlara ve şirketlere hizmet sağlıyor. Garanti BBVA, THY, Koç Grubu, Apple gibi büyük kurumlara da çalıştıklarını belirten Derin Altan, “Bu yıl etki alanımızı genişletmek istiyoruz. İhracat ile uğraşan KOBİ'lere yönelik bir ürün geliştirmeyi ve yatırım almayı hedefliyoruz” diye konuşuyor.

YEŞİL YAKITA DÖNÜŞTÜRÜYOR

Some Carbon, küresel karbon emisyonlarına yönelik AR-GE, yazılım ve üretim çalışmaları yürüten bir girişim. Çalışmalarının odak noktasında ise karbon emisyonlarını yeşil yakıtlara dönüştüren modüler yüzer üretim tesisleri bulunuyor. Bu yıl karbondioksiti yeşil metanole dönüştüren bir demo tesisi açacaklarını belirten Some Carbon Operasyon Sorumlusu Serhat Can Bayar, bu tesis ile Türkiye'nin enerji üretimi kaynaklı fosil yakıtlardan ciddi miktarda yeşil yakıt elde edeceğini ifade ediyor. Bayar, bu yıl dönüşüm tesisi ile 100 tona yakın emisyon karbondioksitinin 20 ton e-metanole dönüştürüleceğini sözlerine ekliyor.



SERHAT CAN

AKILLI ENERJİ YÖNETİMİ

Energymet, kullanıcıların saatlik değişken elektrik birim fiyat tarifesine göre tükettikleri elektriğin makine öğrenmesi eşliğinde yenilenebilir enerji kaynakları ve depolama çözümleri ile karşılanmasını sağlıyor. Akıllı Enerji Yönetim Sistemi projesi kapsamında Anadolu Efes, Anadolu Isuzu ve EnerjISA ile çalışmalara başladıklarını ifade eden Energymet Kurucusu Cantürk Yılmaz, “Bu yıl içerisinde 1000 kW gücünde bir proje ile ürünümüzün testlerini tamamlamayı planlıyoruz. Bu ürün sayesinde yaptığımız ilk hesaplamalara göre müşterimizin 140 bin kWh elektrik enerjisinden tasarruf etmesini sağlayarak karbon salımını 66,22 ton azaltmayı hedefliyoruz” diyor.



CANTÜRK YILMAZ

GÜCÜNÜ GÜNEŞTEN SAĞLIYOR

Eyes of Solar, enerjisini güneşten sağlayan bir entegre güvenlik sistemi. Donanımları sayesinde elektrik ve data altyapısına ihtiyaç kalmadan dış ortam aydınlatmasının yanı sıra güvenlik kamerası networklerine kolaylıkla entegre olabiliyor, elde edilen görüntüleri ana yazılım üzerinde senaryolara göre işleyebiliyor. İTÜ Çekirdek'te kurulan Eyes of Solar'ın bu yıl saha testlerinin ta-



HAKAN BAYRAM

mamlanacağını söyleyen firmanın kurucusu Hakan Bayram, ilk etapta kendi kontrol kartlarını ve tüm donanımların imalatına başlayacaklarını belirtiyor. Bayram, "Eyes of Solar bir dış ortam aydınlatmasında doğaya, yaklaşık altı ağaç kadar fayda sağlıyor. 2023 yılı içerisinde 8 bin ağaçlık küçük bir orman etkisi yaratmayı hedefliyoruz" diye konuşuyor.

POLYESTER ATIKLARINI DÖNÜŞTÜRÜYOR

Harcy, polyester atıklarının geri dönüşümünü sağlamak için bina ısı yalıtım malzemesi üretiyor. Ürünleri herhangi bir kimyasal içermiyor. Türkiye'de günde ortalama 2 bin 500 ton polyester atığı oluştuğuna dikkat çeken Harcy Kurucu Ortağı Melih Gazi Küşüm, bu miktarın yaklaşık 625 fil ağırlığına eşit olduğunu vurguluyor. Bu atıkları ileri kazanım yöntemleri ile ekonomiye kazandırmayı hedeflediklerini belirten Küşüm, "Bu yılın sonunda üretim tesisimizi açarak yüksek miktarlarda satış yapmayı planlıyoruz. Bu yıl hedefimiz, 50 ton polyester atığın geri kazanım yöntemi ile ekonomiye kazandırmak" diyor.



MELİH GAZİ KÜŞÜM

PİL ÖMRÜNÜ UZATIYOR

Tayko PİL, Türkiye'de üretimi olmayan CR2032 sınıfı pil üretimine odaklanmış bir AR-GE firması. Bu lityum piller, başta otomobillerin uzaktan kumandası olmak üzere, oyuncaklarda, saatlerde, bilgisayarlarda ve birçok elektronik cihazda kullanılıyor. PİL kimyasında nano kalınlıkta seramik yüzey kaplaması, pil katot kristal yapısına bor elementi katkısı ve bitkilerden elde edilen bağlayıcının pil yapımında kullanılmasıyla hem pilin ömrünü uzatılması hem de ülkemizde çevreci pil üretimi hedefleniyor. Tayko PİL Kurucu Ortağı Ezgi Yılmaz, "Sadece bir pil içerisinde kullandığımız bitkisel bağlayıcının dahi geri dönüşüm sürecini beş yıl kısaltabileceğini öngörüyoruz" diyor.



EZGİ YILMAZ

YURTDIŞI BAĞIMLILIĞINI AZALTACAK

ThermaBee, ısı yönetim malzemeleri geliştiriyor ve üretiyor. ThermaBee Kurucusu Utku Or-



OLCAY SİLAHLI
FAZLA KURUCU ORTAĞI VE CEO'SU

"Operasyonlarımızı İspanya'ya taşıyacağız"

"HoReCa sektörü için özel olarak geliştirdiğimiz ve bir IoT çözümü olan Akıllı Tartı Sistemi ile işletmeler gıda atıklarını yüzde 50'ye kadar azaltabiliyor ve yapılan analizler doğrultusunda satın alma maliyetlerini yüzde 8'e kadar düşürebiliyor. Ticari online alışveriş platformu olan Fazla Market; tedarik zincirinde yer alan kurumların çeşitli sebepler ile ellerinde kalan fazla ürünlerini, bu ürünleri değerlendirebilecek alıcılar ile buluşturmasını sağlıyor. Fazla İyi Uygulaması ile işletmeler; son tüketim tarihi yaklaşan, kozmetik sebepler ile tercih edilmemiş ya da farklı sebepler ile satışını gerçekleştiremedikleri fakat insan tüketimine uygun yiyecek ve içeceklerini yüzde 50 indirimli şekilde çevrelerindeki tüketiciler ile buluşturuyor. 2023 yılı içerisinde operasyonlarımızı İspanya'ya taşımayı ve ülkemizi farklı bir coğrafyada temsil ederek etkimizi güçlendirmeyi hedefliyoruz."

kun Gezici, "Termal Macun üretimine başladık. Elektronik ekipmanların çalıştıkça ısınması ve daha çok enerji tüketmesi ömürlerini kısaltıyor. Şu an Türkiye'de yerli olarak ürettiğimiz Termal Macun yurtdışı muadillerine göre fiyat ve performans olarak üstün. İçerisinde hiçbir şekilde metalik partikül bulundurmaması da hem kullanımında hem de çevreye fayda sağlıyor" diyor. Gezici, LED piyasasının termal macun konusunda yurtdışı bağımlılığını ortadan kaldırmayı hedeflediklerini de sözlerine ekliyor.



UTKU ORKUN GEZİCİ

DÜNYA ORMANI KURACAK

Pek çok alanda olduğu gibi gib lojistik operasyonlarında da doğal kaynak tüketimini azaltmak ve sürdürülebilir olmak önemli. LogD Milk Run Yönetim Sistemi; lojistik süreçlerini yeniden tasarlamak üzere yola giden ve Türkiye'de baska esi olmayan bir uygulama. LogD, lojistik süreci sürdürülebilir olmasından hareketle yola giden dost uygulamalar ve geri dönüşümün kullanıldığı birçok sektöre entegre olabilecek bir tedarik zinciri çözümü. Markaların ürün gönderimlerini çevreci ve sürdürülebilir çözüm olan Milk Run Yönetim Sistemi ile gerçekleştirmelerini sağ-

ladıklarını söyleyen LogD CEO'su Seyhan Gülhan, "Milk Run Yönetim Sistemini kullanan markalar ve işletmeler, hem çevreye verdikleri zararı azaltıyor hem karbon ayak izini azaltıyor hem de döngüsel ekonominin devam etmesini sağlıyorlar. Bu sistem sayesinde işletmeler aynı zamanda ürünlerini hasarsız ve güvenli bir şekilde mağazalarına ya da depolarına ulaştırıyorlar" diyor.

Cözümleri sayesinde su ana kadar bin 256 adet ağacı kurtardıklarını ifade eden Gülhan, "Milk Run Yönetim Sistemi içerisindeki kutuların ve teslimatların güvenliğinin sağlandığı mü-



SEYHAN GÜLHAN

hür sisteminde kullanılan zeytin çekirdeğinden üretildi. Bu yıl Milk Run Yönetim Sistemi uygulamamız sayesinde iki orman büyüklüğünde ağacı kurtaracağız. Ayrıca 56 bin kg plastiği dönüştürerek tekrar kullanıma kazandıracaktır. Bu sistemin yayılmasının kendi içinde çevresel katkılarınin olmasının yani sıra sistem yayıldıkça ve her anlaşıma yaptığımız şirket için ağaç bağışında bulunuyoruz, tüm bu başarıların ardından bir Dünya Ormanı kurma hayalimiz var. Bu ormanı anlaşıma yaptığımız tüm şirketlerle birlikte oluşturmak ise en önemli projelerimizden biri" diye konuşuyor.

'Ticaretin Kadınları' BM'de tanıtıldı

Birleşmiş Milletler 67'nci Kadının Statüsü Komisyonu toplantıları kapsamında KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve Garanti BBVA iş birliğinde "Dijital Çağda Kadınların Girişimcilik ve Ortaklıklar Yoluyla Güçlendirilmesi" paneli düzenlendi. Panelde KAGİDER'in hayata geçirdiği ve Garanti BBVA ile geliştirdiği "Ticaretin Kadınları" portalı tanıtıldı.

ABD'nin New York kentinde düzenlenen Birleşmiş Milletler 67'nci Kadının Statüsü Komisyonu toplantıları kapsamında KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve Garanti BBVA iş birliğinde "Dijital Çağda Kadınların Girişimcilik ve Ortaklıklar Yoluyla Güçlendirilmesi" paneli düzenlendi. Panelde KAGİDER'in hayata geçirdiği ve Garanti BBVA ile geliştirdiği "Ticaretin Kadınları" portalı tanıtıldı. Moderatörlüğünü BM Kadın Birimi Kadınlar için Girişimciliği Hızlandırma Programı (WEA) Başkanı Meral Güzel'in üstlendiği panelin konuşmacıları arasında KAGİDER Başkanı Emine Erdem, Garanti BBVA KOBİ Girişim Bankacılığı Kıdemli Yöneticisi Selin Öz, Yıldız Holding Kadın Platformu Elçisi Begüm Mutuş, Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) Kadın ve Ticaret Programı Başkanı Judith Fessehaie ve W20 Kadın Girişimciliği Çalışma Grubu Koordinatörü Virginia Littlejohn oldu.

"Kadınlara destek olacağız"

KAGİDER Başkanı Emine Erdem konuşmasında KAGİDER'in 20 yıldır kadınların ekonomik ve sosyal hayattaki yerini güçlendirmek için çalıştıklarını belirtti. Erdem sözlerini şöyle sürdürdü: "Teknoloji her zamankinden daha hızlı geliyor. Özellikle pandemiden sonra, iş modelleri ve eğitim uygulamalarıyla hayatımızın hızlı bir şekilde dönüştüğüne tanık olduk. Bu birçok kişi için fırsatlar yarattı, ancak ne yazık ki gelişmekte olan ekonomilerdeki kadınlara ait birçok işletme dijital uçurum nedeniyle geride ka-

Kimlerle görüşüldü?

New York programı kapsamında KAGİDER heyeti Türkiye Cumhuriyeti New York Başkonsolosu Reyhan Özgür'ü, Türkiye'nin Birleşmiş Milletler Daimi Temsilcisi Sedat Önal'ı ziyaret etti, Turkevi'nde Başkonsolosluğun ev sahipliğinde düzenlenen buluşmada Amerika İş Kadınları Derneği NAWBO'nun Yönetim Kurulu üyeleri ile işbirlikleri görüşüldü. KAGİDER Üyeleri, daha kapsayıcı, sürdürülebilir ve güvenilir bir ekonomik sistem oluşturmak için çalışan Inclusive Capitalism topluluğuyla bir araya geldi. Buluşmada KAGİDER üyeleri kendi girişimcilik yolculuklarını anlattılar. KAGİDER projeleri hakkında detaylı bilgiler paylaşılmasının yanı sıra, özellikle tüm ülkeyi derinden etkileyen deprem felaketinin çıktıkları ve KAGİDER'in bu konuda yapmayı planladığı çalışmalara değinildi.

lıyor. Teknolojiye ve dijital altyapıya erişim eksikliği, öncelikle birçok kadının doğru bilgiye ulaşmasını engelliyor. Bu da dijital

beceri ve bilgi eksikliğine neden oluyor. Bu durum temel olarak kadınların işgücüne katılımını engelliyor."



EMİNE ERDEM

"Özel çözümlere ihtiyaç var"

Kadın girişimciler için dijital beceri ve altyapı eksikliğinin kadınların işlerini sürdürmelerini ve küresel ekonomiye tam olarak katılmalarını engellediğini de vurgulayan Erdem, "Yeni pazarlara erişim, müşteri bulma, teknoloji ve dijital altyapıya yatırım yapacak fonlara ulaşma konusundaki kısıtlamalar, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde kadın işletme sahiplerinin karşılaştığı sorunlardan sadece birkaçı. Bu dünya ekonomisi için büyük bir kayıp" diye konuştu. 2021'de yapılan bir McKinsey anketi, pandemi süreciyle ilgili sorulara verilen yanıtların, COVID-19'un dijital teknolojilerin benimsenmesini birkaç yıl hızlandırdığını ve gelecekte çok daha fazla mesleğin dijital versiyonlara geçeceğini ortaya koyuyor. Erdem, kadınlara



rın gelecek çağa uyum sağlamaları ve iş gücünün dışında kalmamaları için özel olarak tasarlanmış çözümlere ihtiyaç duyulduğuna işaret ediyor.

'Ticaretin Kadınları' projesi

AB finansmanı ile 2021'de tamamlanan "Ticaretin Kadınları" projesi kadın işletme sahiplerini/tedarikçileri alıcılara tek bir platformda buluştururken, kamu alımlarına daha fazla kadının dahil edilmesi için aktif bir lobicilik ve savunuculuk stratejisi de hedefliyor. Türkiye genelinde gerçekleştirilen istişare toplantıları ile kadın girişimcilerin ürün ve hizmetlerini satabilmeleri için etkilere, iletişim ağı kurmaya ve birbirlerini tanımaya ihtiyaçları olduğunu gördüklerini ifade eden Erdem, Ticaretin Kadınları platformunda şu anda 1500'e yakın kadın işletme, yerel mağaza, belediye, sivil toplum kuruluşu ve Türkiye'deki bir kadın girişimciden ihtiyacını karşılamak isteyenler için faydalı bilgileri yer aldığını kaydediyor.

"Deprem bölgesinden ürün satın alınabilir"

Mobil uygulamasını da geliştirdikleri platformu sürdürülebilir kılmak ve büyütmek için Garanti BBVA ile güçlerini birleştirdiklerini vurgulayan Emine Erdem, platformun depremden olumsuz etkilerine karşı da kullanılabilirliğini belirterek, sözlerini şöyle sürdürüyor: "6 Şubat'ta Türkiye'nin Güneydoğusu son yüzyılda Türkiye'yi vuran en büyük iki depremlerle sarsılırken, depremin yol açtığı tahribatın derin üzüntüsünü yaşıyoruz. Krizlerden en çok etkilenenler ka-

dınlar ve çocuklar olurken, bölgede büyük bir kayıp gördük ve KAGIDER olarak acilen yardım için birçok aksiyon aldık, başta acıyı dindirmek üzere desteğimizin sürdürülebilirliği için tüm sektöre odaklanıyoruz. Ticaretin Kadınları portalının bu anlamda destek olmak isteyip de nasıl yapacağını bilmeyenler için faydalı olacağına inanıyorum. Platform üzerinden Türkiye'nin Güneydoğusundaki işletme, kooperatif ve satıcıları filtreleyip aramak, bu işletmelerden ürün satın alarak destek olmak mümkün. Depremden etkilenen işletmelere herhangi bir fayda sağlamaktan büyük mutluluk duyacağız."

"Kadın Girişimci Programı öncü oldu"

Garanti BBVA KOBİ Girişim Bankacılığı Kıdemli Yöneticisi Selin Öz ise, Garanti BBVA'nın kadın girişimciliği ve sürdürülebilirliğe yönelik çalışmalarına değinerek, ekonomik gelişmenin kadınların iş yaşamı ve sosyal hayatta güçlendirilmesiyle gerçekleştirilebileceğine inandığını söyledi. Bankanın yürüttüğü Kadın Girişimci Programı'nın sektörde bir öncü olduğunu aktaran Öz, diğer finansal kuruluşların da daha sonra benzer programları hayata geçirdiklerini kaydetti. Yıldız Holding Kadın Platformu Elçisi Begüm Mutuş da özel sektörün kadınları iş hayatında desteklemesinin en iyi yolunun tedarik zincirlerinde kapılarını kadın girişimcilere açmak olduğuna dikkati çekti. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) Kadın ve Ticaret Programı Başkanı Judith Fessehaie, daha iyi bir iş ortamı için kadınların da iş dünyasında yer almasının önemine işaret ederek, kadın

"Sektörde öncü olduk"

Garanti BBVA KOBİ Girişim Bankacılığı Kıdemli Yöneticisi Selin Öz, bankanın yürüttüğü kadın girişimciliği programının sektörde bir öncü olduğunu kaydetti. Garanti BBVA'nın 2006'dan bu yana kesintisiz sürdürdüğü, Kadın Girişimci Programı'yla toplumsal gelişim, ekonomik kalkınma, fırsat eşitliği, kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemek adına kadınların ekonomiye daha çok ve etkin katılımını sağlamayı hedeflediğini belirten Öz, "Ticaretin Kadınları" hakkında ise şu bilgileri verdi: "Platform aracılığıyla kadınların ticarete katılmasına ve kadından satın alma ile güçlenmelerine destek oluyoruz. Kadın girişimcilerin yeni pazarlara açılması, birbirleri ve kurumlarla iş birliğini güçlendirmesi, yeni fırsatlarla buluşması bizi sevindiriyor. 1.200 üyeyi aşan platform, kadın girişimcilerin kamu ve özel sektörün mal ve hizmet satın alma süreçlerine ve ihalelere katılmalarının desteklenmesi, ilgili kurumlarla iş birliklerinin geliştirilmesini sağlıyor."

girişimcilerin daha rekabetçi hale gelmeleri ve alıcılara erişebilmeleri için çalıştıklarından söz etti. W20 Kadın Girişimciliği Çalışma Grubu Koordinatörü Virginia Littlejohn ise, kadın girişimciliğini desteklemede teknoloji ve yapay zekanın öneminden bahsetti.

TACCI üyeleriyle bir araya geldi

Merkezi ABD'de bulunan Türk Amerikan Ticaret ve Sanayi Odasının (TACCI) üyeleri, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) heyetiyle New York'ta bir araya geldi. TACCI ve KAGİDER üyeleri, deprem felaketine ABD'den daha fazla yardım sağlanması için karşılıklı görüş alışverişinde bulundu. Etkinliğe, TACCI Başkanı Ali Koçak ve yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra New Jersey Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Anthony Rossi, Doğu Akdeniz İşbirliği Başkanı Louis Katsos ve Linden Belediye Başkanı Derek Armstead da katıldı.

“KOBİ’ler deprem kışkacında”

Dünyada pandemiyle başlayan, Rusya-Ukrayna savaşının tetiklediği enerji, gıda ve ham madde krizi ile derinleşen enflasyon sürecinde KOBİ’ler oldukça zorlu bir virajdan geçiyor. Deprem felaketinin görünen ve görünmeyen sonuçlarının KOBİ’lerin yapısal kırılganlıklarını daha da artıracığına dikkat çeken Ortak Akıl Danışmanlık CEO’su Dr. Yılmaz Sönmez, KOBİ’lerin sürdürülebilir büyüme açısından deprem kışkacında olduğunu vurguluyor.

Türkiye ekonomisinin can damarlarından olan KOBİ’ler zorlu bir dönemden geçiyorlar. TÜİK verilerine göre sayıları 3,4 milyonu aşan, istihdamın yüzde 71’ini, üretimin yüzde 37,3’ünü oluşturan, ekonomik katma değerinin yüzde 35,5’ini tek başına sırtlanan KOBİ’ler finansmana erişimden dijitalleşmeye kadar çok sayıda sorunla karşı karşıya. KOBİ’lerin tam bir üretim ve istihdam ambarı olduğunu vurgulayan Ortak Akıl Danışmanlık CEO’su Dr. Yılmaz Sönmez, “Başta dijitalleşme olmak üzere küresel rekabette KOBİ’lerimizin elinin güçlendirilmesi gerekiyor. Ciro, katma değer ve teknolojik dönüşüm odaklı yapısal sorunlar, küresel riskler, deprem felaketinin görünen ve görünmeyen sonuçlarıyla birleştiğinde sürdürülebilir büyüme üzerindeki soru işaretlerini artırıyor” uyarısında bulunuyor.

Sönmez, “KOBİ’lerimizin ciro, katma değer ve teknolojik dönüşümde yaşadığı yapısal sorunlar küresel risklerle birleştiğinde sürdürülebilir büyüme üzerindeki soru işaretlerini artırıyor. Mevcut durumda KOBİ’lerimiz sürdürülebilir büyümenin bayraktarlığını yapabildiği oldukça zor görünüyor” diye konuşuyor.

Covid-19 pandemisi ile başlayan, Rusya-Ukrayna savaşının tetiklediği enerji, gıda ve hammadde krizi ile derinleşen, enflasyon ve resesyon endişeleriyle tırmanan olayların gölgesinde kalan KOBİ’ler içinde bulunduğumuz dönemde oldukça zorlu bir virajdan geçiyorlar. Dünya Ekonomik Forumu’nun

Kasım 2022’de yayımladığı rapora göre, KOBİ’lerin karşılaştığı en büyük zorluklar; yüzde 67 hayatta kalma ve büyüme, yüzde 48 yeteneklere erişim, yüzde 34 şirket kültürünü ve değerlerini koruma, yüzde 25 teknolojik dönüşüm talebine karşılık verme ve yüzde 24 finansmana erişim olarak sıralanıyor.

Deprem felaketinin görünen ve görünmeyen sonuçlarının KOBİ’lerin yapısal kırılganlıklarını daha da artıracığını vurgulayan Sönmez, “Küresel ticarete yüzde 47,3 pay ile en büyük payı olan Avrupa’daki resesyon ile lojistik, tekstil, hazır giyim, tarım ve hayvancılık, mücevher, turizm gibi sektörlerde bölge kaynaklı tedarik zincirlerindeki aksama hatta kopma riskini de göz önünde bulundurduğumuzda KOBİ’ler için korkulu senaryolar kapıyı çalıyor. İşleyen demir KOBİ’lerimiz küresel makro-ekonomik peyzaj zorlaştıkça ciddi bir direnç sınavından geçiyor” diye belirtti.

Çarklar KOBİ’lerle dönüyor

TÜİK verilerine göre, sayıları 3,4 milyonu aşan KOBİ’ler Türkiye’deki tüm girişimlerin yüzde 99,7’sini oluşturuyor. KOBİ’ler toplam ihracatımızın yüzde 30,4’ünü, ithalatın ise yüzde 14,7’sini gerçekleştirirken büyük şirketlerin ihracatı içerisindeki dolaşılabilir paylarını kattığımızda sağlanan katma değer yine oldukça yüksek. KOBİ’lerin ihracatının yüzde 90,8’ini imalat sanayi ürünleri oluştururken, toplam AR-GE harcamalarının

yüzde 27,1’ini KOBİ’ler üstlenmiş durumda. Bununla birlikte KOBİ’lerin yüzde 55,9’u düşük, yüzde 31’i orta-düşük teknoloji düzeyinde yer alırken, sadece yüzde 12,4’ü orta-yüksek ve yüzde 0,7’si yüksek teknoloji kapsamında sınıflandırılıyor.

Dünya ekonomisinin çarkların KOBİ’ler sayesinde döndüğünü belirten Yılmaz Sönmez, Türkiye’de KOBİ’lerin üretim ve istihdam ambarı olarak istihdamın yüzde 71’ini, cironun yüzde 44’ünü, üretim değerinin yüzde 37,3’ünü ve faktör maliyetiyle katma değer yüzde 35,5’ini tek başına sırtlandığını söylüyor.

Dijital dönüşüm şart!

Türkiye’deki KOBİ’lerin finansmana erişimden dijitalleşmeye kadar çok sayıda yapısal sorunla mücadele ettiğine dikkat çeken Sönmez, “KOBİ’lerimizin yüzde 59,8’inin 2021 yılında en az bir kez siber ihlal olayı yaşadığını, yüzde 46,1’inin bilgi-iletişim uzmanı istihdam ettiğini, yüzde 6,2’sinin yapay zekadan faydalandığını ve imalat sanayindeki KOBİ’lerin sadece yüzde 21,6’sının endüstriyel robot kullandığını düşündüğümüzde başta dijitalleşme olmak üzere küresel rekabette KOBİ’lerimizin elinin güçlendirilmesi gerekiyor” dedi.

Türkiye’deki KOBİ’lerin küresel rekabette söz sahibi olmak ve sürdürülebilir büyüme dinamiklerini yakalamak için yeni yetenekler kazanması gerekiyor. KOBİ’lerin risk algısında tedarik zinciri kesintileri, siber

DR. YILMAZ SÖNMEZ



Yol haritası

Türkiye ekonomisinin olmazsa olmazları arasında yer alan KOBİ'lerin içinde bulunduğumuz süreci kolay atlatabilmeleri ve krizlere karşı dirençli hale gelebilmeleri için formüller de mevcut.

KOBİ'lerin zorlu süreci atlatabilmeleri için yol haritası hazırlayan Dr. Yılmaz Sönmez, KOBİ'leri krizlere karşı daha dirençli hale getirerek başarıya taşıyacak faktörleri şöyle sıralıyor:

- Fiziksel ve dijital varlıkları güvenceye alınması, tedarik alternatiflerini çeşitlendirilmesiyle tedarik süreçlerindeki kesintilerin önüne geçilebilir.
- Dijital ekonominin aktörleri arasına katılarak dijital uçurumun kapatılması küresel rekabete güç kazandırır.
- İç ve dış siber tehditlere karşı "asla rehavete kapılmayan ve sürekli doğrulayan" işletmeler yaratılmasıyla siber güvenlik bir tehdit olmaktan çıkar. Bunun için e-ticaretten bulut teknolojilere kadar tüm unsurları kapsayacak dijitalleşme senaryoları hazırlayarak entegre dijitalleşme benimsenmeli.
- Aniden gelebilecek krizlere karşı mücadele edebilmek için daha fazla çeviklik elde etmek gerekiyor.
- İstihdamın başını çeken KOBİ'lerin istihdamda bir cazibe merkezine dönüşmesinin yolu genç yeteneklerin beklentisine uygun işyerleri inşa etmekten geçiyor. Bunun için de gençlerle empati kurulmalı!

olaylar ve makro-ekonomik gelişmelerden endişeli olduğunu belirten Sönmez, şunları söylüyor: "Allianz Risk Barometresi'ne göre dünyada 2023 yılı itibarıyla orta ölçekli firmalar için en önemli risklerin başında yüzde 31 ile siber olaylar yer alıyor. Ardından yüzde 28 ile makro-ekonomik gelişmeler, yüzde 23 ile enerji krizi geliyor. Ülkemizdeki KOBİ'lerin yapısal sorunlarını düşündüğümüzde tablo bizim için biraz daha karamsar."

250 robotik proje üstlendi

Mekatronik mühendisi girişimci Onur Hanlıoğlu'nun 13 yıl önce evinde kurduğu HTS Mühendislik bugüne kadar 250'in üzerinde otomasyon ve robot teknoloji projesi gerçekleştirdi. Yerli ve yabancı pek çok markaya hizmet veren şirket, Türkiye'nin yurtdışına açılabilen ve satış yapabilen sayılı robot firmalarından biri haline geldi.

Profesyonel hayat tecrübesinden sonra içindeki girişimcilik ruhunun baskın gelmesiyle kendi işini kurmayı seçen pek çok isim var. 1985 doğumlu Onur Hanlıoğlu da onlardan biri... Bürokrat bir babanın ve eczacı bir annenin çocuğu olan Hanlıoğlu, 2008 yılında Sabancı Üniversitesi Mekatronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun oluyor. Hatta onun için 'Türkiye'nin ilk mekatronik mühendislerinden' demek de yanlış olmaz. Sonrasında Festo, Gedik Robotik gibi endüstriyel otomasyon ve robotik sistemler alanında faaliyet gösteren firmalarda proje mühendisi, satış koordinatörü gibi pozisyonlarda çalışıyor. 2011 yılında ise kendi şirketi HTS Mühendislik'i kuruyor. Endüstriyel otomasyon ve robotik sistemler üzerine projeler yapmayı amaçlayan bir mühendislik şirketi olarak İstanbul'da kurduğu şirketini 2015 yılında otomotiv ve beyaz eşya sektöründeki müşterilerine yakın olmak amacıyla Kocaeli / Çayırova'ya taşıyor. Robot pazarında en çok satış yapan 4 şirketten 2'si olan KUKA ve ABB firmalarının resmi çözüm partneri olan şirket, Türkiye pazarında bu firmaların robotlarını kullanarak müşterilerinde projeler yapıyor.

Sıfır sermaye ile başladı

Şirketin referansları arasında: Toyota, Pirelli, ABB, Arçelik, Arçelik LG, Ford, Opsan, Dostel Makine, Sisan, Erbakır, Kervan Gıda, Ertuğ Reklam, Repkon, Azenco, GU, Adopen, Accado, Renkler Makine, Axor, Technocast, Electrofil, Bosal gibi pek çok firma yer alıyor. 13 yılda 250'nin üzerinde otomasyon

"Hedefimiz Ortadoğu ülkeleri"

"HTS Mühendislik olarak bugüne kadar Rusya, Ukrayna, Almanya, Romanya, Irak, Azerbaycan gibi pek çok ülkeye robotik sistemler ihraç ettik. Rusya-Ukrayna Savaşı nedeniyle rotamızı Ortadoğu ülkelerine çevirdik. Suudi Arabistan, Katar, Birleşik Arap Emirliği gibi Arap ülkeleri turizm ve sanayi alanında devasa yatırımlar yapıyorlar. Birçok 'freezone' ismini verdikleri sanayi siteleri kuruyorlar. Biz de bu noktada bu coğrafyada yapılan yeni sanayi kuruluşlarına robot teknolojilerini sunmak adına çalışmalar yapıyoruz. Sadece o coğrafyaya çalışma yürütecek bir satış ekibi kurduk."

ve robot teknolojileri alanında başarılı proje gerçekleştiren Hanlıoğlu'nun girişimleri HTS Mühendislik ile de sınırlı kalmıyor. Zaman içinde 'Yarı Final' ve 'HTS Havacılık' girişimlerini de hayata geçiriyor.

Çalıştığı şirketlerde firma sahiplerinin ve firma kültürlerinin hayallere kep vuran bir çalışma dinamiğine sahip olduğunu fark eden Hanlıoğlu, hayal ettiği şeyleri gerçekleştirmeye kalktığı anda, "Biz bunu yapamayız, bunları Avrupa'dan alırlar, robot işinde biz entegrasyondan öteye gidemeyiz" gibi pek çok motivasyon düşürücü tavrı ile engellendiğini görüyor. Pek çok meslektaşının da aynı tavırlar sayesinde sektörde geri planda kaldığını ve yıldığını fark ediyor. Belki de ülke olarak robot teknolojilerinde bu kadar geri planda kalmamızın temel sebebinin bu olduğunu düşünen Hanlıoğlu, şöyle devam ediyor: "Bu makus kaderi kabullenmek yerine bahsettiği şekilde hayalleri gerçeğe dönüştürmek için tam bir deli cesareti ile çalıştığım şirketten istifa ettim ve sıfır sermaye ile ilk şirketim olan HTS Mühendislik

firmasını kurdum. HTS Mühendislik'i kurarken hedefim firmayı endüstriyel otomasyon ve robot teknolojileri alanında önde gelen dünya çapında anılan bir firma haline getirmektir. Bugün Türkiye'nin yurtdışına açılabilen ve satış yapabilen sayılı robot firmalarından biriyiz. Yetişmiş insan gücüne sahip bir ekiple sektörde öncü noktaya geldik."

Şirketini evde kurdu

Şirketinin bu kadar kısa sürede bu kadar başarılı bir noktaya geleceğini kendisinin de öngöremediğini söylüyor Hanlıoğlu...HTS Mühendislik'i hayaller ile önünü arkasını düşünmeden kurduğunu belirten Hanlıoğlu, şunları anlatıyor: "İlk sermayesi 4 bin TL olan ve evde kurulan bir şirketti. Hatta ilk şirket çalışanlarım, yapılan projelerden komisyon vermeyi taahhüt ettiğim üniversite yıllarımdan tanıdığım arkadaşlarımdan oluşuyordu. İlk projemizi yaptığımızda müşterinin istediği robotun tasarımını yaptığımızda imalatını yapacağımız atölyemiz yoktu. Projenin imalatının montaj kısmını müşteri

sahasında, ön çalışmalarını ise evimin salonunda yapmıştık. Ama o kadar başarılı bir proje gerçekleşti ki müşterimiz o dönemde Volkswagen'in alt grubu ürünlerine 'denge çubuğu' üreten bir yan sanayi şirketiyken bizim robotlardan sonra Audi veya Porsche gibi üste segmentin de denge çubuklarını üretmeye başladı."

Yeni bir girişim yaptı

Bilindiği üzere 2020 yılında pandemi ile insanlar eve kapandı ve tam bir izolasyon yaşandı. Bu dönemde pek çok sektör yara aldı. Sanat ve spor dünyası da salgından olumsuz etkilendi. Özellikle dünya çapında spor branşlarında faaliyet gösteren amatör sporcuların maddi olarak zor günler yaşadıklarını gözlemleyen Hanlioğlu, ikinci girişimi olan 'Yarı Final'in çıkış noktasının da bu olduğunu dile getiriyor. Hanlioğlu, şirketin kuruluş öyküsünü şöyle anlatıyor: "Ülkemizde neredeyse milli sporumuz olan ve herkesin ilgi duyduğu futbolda, amatör

futbolcular ciddi anlamda sıkıntı yaşadılar. Çünkü amatör futbolcuların en büyük hayali profesyonel takımların kendilerini keşfetmeleriydi. Ne yazık ki pandemiden dolayı profesyonel takımların yetenek avcıları (talent scout), teknik ekipleri, amatör spor turnuvalarını veya takımlarına gidemiyor ve inceleyemiyordu. Biz de bunun üstesinden gelmek istedik. 'Amatör futbolcular ile profesyonel takımları bir araya getirmeye üzere neden bir uygulama yapmıyoruz?' fikri ile 2021 yılında 'Yarı Final' şirketini kurduk. Yarı Final'in amacı futbolcular ve takımların birbiri ile etkileşim alanı oluşturabileceği bir uygulama olmak. İki yıldır uygulamanın nihai hale gelmesi için çalışıyoruz. Yarı Final'in, 2023 yılının 2'inci yarısında amatör futbol dünyası tarafından etkin kullanılan bir uygulama olmasını hedefliyoruz."

Yangın drone'u geliştiriyor

Hanlioğlu, 2022 yılının haziran ayında ise üçüncü girişimi 'HTS Havacılık'ı kurma-

ya karar veriyor. Bu alana girmelerinin ise tamamen rastlantı eseri olduğunu söylüyor. Aldıkları büyük bir projenin kutlaması adına ekip olarak bir restoranda yemek yerken manzaralarını kaplayan bir duman bulutu ile karşılaştıklarını belirten Hanlioğlu, şunları ekliyor: "Bir binanın çatı katı yanıyordu. Biz de merakla olayı izlerken itfaiyenin çatıdaki yangını söndürmekte ciddi şekilde zorlandığını gördük. Ekip arkadaşlarımızla yemek masasında kritik yaparken bir anda bilgisayarların açıldığını ve planların yapıldığı bir durum oluştu. O günün sonunda resmen masada bir dronunun ilk eskizleri çıkmıştı. Yüksek binalarda çıkan yangınları söndürmek amaçlı tasarladık. Can ve mal güvenliğini sağlamak için bir yangın söndürme drone'u yapmaya karar verdik ve o gün HTS Havacılık'ın temelleri atıldı. Şu anda ilk prototipi çıkan ve testlerini yaptığımız drone'un bir yıl içinde itfaiyelerin kullanabileceği seri üretim ürünler olmasını hedefliyoruz."



ONUR HANLIOĞLU

“Kişiyeye özel önleyici tıp yaklaşımını oluşturuyoruz”

Acıbadem Sağlık Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar'ın öncülüğünde kurulan LifeClub, 'kişiyeye özel sağlık yönetimi' yapan bir süper uygulama (super app). LifeClub'ın dijital yapıda önleyici tıp yaklaşımıyla, bütünsel sağlık yönetimi yapan bir üyelik sistemi olduğunu söyleyen LifeClub Genel Müdürü Elif Elkin, kısa sürede yaklaşık 5 bin üyeye ulaştıklarını kaydediyor.

LifeClub, Acıbadem Sağlık Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar'ın 'insanlar hastalandığında yanında olmanın ötesinde, onları sağlıklı tutabilmek için bir şey yapmak istiyorum' hayali ve 'sağlığın geleceğine dair bir deneyim yaratma' vizyonunun sonucu olarak ortaya çıktı. LifeClub Sağlıklı Yaşam Hizmetleri, Acıbadem Sağlık Grubu'nun gücünü arkasında alarak 2022'de faaliyetlerine başladı. 'Türkiye'nin ilk kişiyeye özel sağlık yönetimi' yapan super app'i olan LifeClub, dijital yapıda önleyici tıp yaklaşımıyla, bütünsel sağlık yönetimi yapan bir üyelik sistemi.

LifeClub Genel Müdürü Elif Elkin, "Bizim bu noktadaki vaadimiz; dünyada saygın kaynaklar tarafından hazırlanmış güncel tıbbi kılavuzlar eşliğinde, kişinin aile öyküsü ile kişisel özgeçmişini harmanlayarak kişiyeye özel önleyici bir tıp yaklaşımını oluşturmak ve bireyin sağlığını buna göre yönetmek" diyor. Elif Elkin, sektöre yeni bir soluk getiren uygulamanın yolculuğunu anlattı.

LifeClub'ı farklı kılan nedir? Üyelerine neler sunuyor?

Dünyada ilk diyebileceğimiz vizyoner bir iş modeli ile yola çıktık. 'Türkiye'nin ilk kişiyeye özel sağlık yönetimi' yapan super app'i olan LifeClub, dijital yapıda önleyici tıp yaklaşımıyla, bütünsel sağlık yönetimi yapan bir üyelik sistemi. Bizim bu noktadaki vaadimiz; dünyada saygın kaynaklar tarafından hazırlanmış güncel tıbbi kılavuzlar eşliğinde, kişinin aile öyküsü ile kişisel özgeçmişini harmanlayarak kişiyeye özel önleyici bir tıp

“Üç farklı üyelik var”

“Kişiyeye özel sağlık üyeliklerimizi bireyler için LifeClub Pro, Plus ve Premium olarak çeşitlendirdik. Üyelerimiz kendilerine özel olarak atanan LifeClub hekimi ile yıl boyunca sağlıklarını yönetebiliyorlar. İhtiyaçları doğrultusunda, sağlık durumlarını bilen hekimleri ile yüz yüze ya da online görüşerek, önleyici tıp bakış açısı ile check-up, tüm vücut MR gibi kontroller ile hastalıkları gerçekleşmeden önlemek ya da erken teşhis ile daha iyi yönetebilmelerini sağlamak için rehberlik alıyorlar. Yaptığımız hatırlatmalar ile üyelerimizi yakından takip ediyor, güncel gelişmeler konusunda bilgilendiriyor, yaşamlarını daha zinde, daha sağlıklı geçirmeleri için onların hep yanlarında oluyoruz.”



Bu program Akdeniz Diyeti esas alınarak Acıbadem Sağlık Grubu Diyetisyen ekibi tarafından hazırlanmıştır.

16-70 yaş arası, Vücut Kitle İndeksi (VKE) 22-35 kg/m² aralığında olan kişiler için önerilmektedir.

Diğer üyelerimizin hekim ve/veya diyetisyenlere danışması gerekmektedir.

Diyet Programını Ücretsiz Oluştur

LifeClub Blog Beslenme

Tümünü Gör (8)



yaklaşımını oluşturmak ve bireyin sağlığını buna göre yönetmek.

Bu kapsamda LifeClub aslında, üyelerine sağlıklı yaşam yolculuklarında rehberlik etmek için tasarlanan bir ekosistem. Tek noktadan, sağlıklarını korumak ve daha sağlıklı yaşamak için ihtiyaç duyacakları hizmetlere erişmelerini sağlıyoruz. LifeClub Wellness, LifeClub Sağlık ve LifeClub Platform olmak üzere üç temel modülle şekillenen bu dünyaya adım atmak için uygulamayı indirip ücretsiz üye olmak yeterli.

Peki bu üç hizmet modülü hakkında biraz daha detaylı bilgi verir misiniz? Her birinin üyelere sunduğu ayrıcalıklar neler?

Öncelikle 'LifeClub Sağlık' modülünden bahsedecek olursak; LifeClub Sağlık üyelikleri ile kişilerin sağlık yönetimlerinin üç aşamada ele alınmasına rehberlik ediyoruz. Kişiyeye özel atanan 'LifeClub Hekimi' rehberliğinde, öncelikle kişilerin mevcut durumları analiz ediliyor, ne kadar sağlıklı oldukları, iyileştirme alanlarının ne olduğu belirlenip,

ELİF ELKİN



ardından yine kendilerine özel bir sağlık planı ile beslenme, fiziksel aktivite, uyku düzeni, bağışıklık sistemi ve takip etmeleri gereken periyodik kontroller belirleniyor. Sonrasında da yıl boyu hep yanlarında olarak, hatırlatma, takip ve bilgilendirme bu süreci yönetmelerini sağlıyoruz. LifeClub Wellness modülümüzde ise iki temel hizmet modülünü bir araya getirdik; LifeClub Diyet ve LifeClub Hareket. Acıbadem Sağlık Grubu Diyetisyen ekibi rehberliğinde hazırladığımız LifeClub Diyet ile üyelerimiz, yapay zekanın kişiye özel bilgiler ve ihtiyaçlar doğrultusunda şekillendirdiği sağlıklı beslenme programlarını ücretsiz olarak oluşturabiliyorlar. Uygulamada yer alan LifeClub Hareket bölümünde ise üyelerimiz günlük ihtiyaca göre şekillenen kuvvetlenme, esneme, yağ yakma programlarını seçimlerine özel hazırlanan videolardan takip edebiliyor; sağlıklı ilgili her konuda güncel kılavuzlar eşliğinde uzmanlar tarafından hazırlanan bilgilerin yer aldığı LifeClub Blog'dan faydalanabiliyorlar. Örneğin; nefes egzersizi ile güne enerjik başlamak, adımlarını buradan takip etmek, zihin sağlıklarını korumak

için yönlendirme almak gibi... Öte yandan, üyelerimiz uygulamada yer alan 'LifeClub Platform'dan' kendi ihtiyaçları doğrultusunda sağlıklı yaşam ile ilgili ürün, hizmet ve programları satın alabiliyorlar. Uyku düzenleme programından bağırsak sağlığına, aromaterapi eğitiminden yoga derslerine çok geniş bir yelpazede ve her geçen gün genişleyen bir kapsamla tek noktadan hizmet sunuyoruz.

Mehmet Ali Bey'in öncülüğündeki bu girişim sektörde nasıl bir farklılık yaratmayı hedefliyor?

Sağlıkta dijitalleşmenin ötesinde büyük veri, yapay zeka ve akıllı teknolojilerden en üst seviyede yararlanıldığı bir gelecek bizleri bekliyor. Bu akıllı ekosistem, insanlara her zaman ve her yerde daha doğru içgörüler ve daha fazla kişiselleştirilmiş sağlık deneyimleri sunacak. Nüfusun yaş ortalamasının artması, kronik hastalıkların yaygınlaşması gibi durumların sağlık sektörünün dönüşümünü hızlandıracağını düşünüyorum. Biz bu dönüşümü başlatan ilk isim olmayı hedefliyoruz. Sağlık sektörünün gelişimine destek olarak sağlık hizmetleri

vermenin yanı sıra sektöre yön vermek istiyoruz. Hastalıkları gerçekleşmeden önlemek, yaşam ortalamasının arttığı bu dönemde uzayan ömürlerin sağlıklı sürdürülmesini sağlamak amacımız.

Kaç üyeniz var? 2023 sonuna kadar kaç ulaşmasını hedefliyorsunuz? Kurumsal tarafta kaç şirketle çalışıyorsunuz?

2022 Mayıs sonunda uygulamayı canlıya aldık, yaklaşık 5 bin üyemiz şu an uygulamamızı kullanıyor. Bununla birlikte LifeClub Hekimi ile birebir bütünsel sağlık yönetimini deneyimleyen üye sayımız kısa sürede 900'e ulaştı. Bireysel üyeliklerimiz olduğu gibi, kurumsal şirketlerle iş birliklerimiz başladı. 2022 yılında yapılan tüm araştırmaların da gösterdiği gibi, şirketler de çalışanlarının daha sağlıklı olmaları, yıllık hallerini korumaları konusunu öncelik listesinin en tepesine almış durumda. Kurumsal esenlik pek tabii ki, şirket performansı, yeteneklerin şirketlerde kalması gibi konularda belirleyici bir etken. Daha yolun çok başındayız. Aralarında Denizbank, Bilgili Holding, Mint İnşaat gibi şirketlerin olduğu kurumsal iş birliklerimiz başladı. Oldukça olumlu geri dönüşler alıyoruz. Şirketler, yan hak kapsamında çalışanlarına LifeClub sağlık üyeliği alıyor. "Sana değer veriyorum, sağlığını önemsiyorum, daha sağlıklı olman için elimden geleni yapıyorum" mesajı elbette ki çok anlamlı karşılık buluyor. Şirket geneline sunulan birebir online diyetisyen hizmeti, uzman klinik psikologlarımız ile sunduğumuz psikoterapi seansları, alanında uzman kişiler ile şirket çalışanlarını buluşturduğumuz webinarlar ve diğer tüm faaliyetlerimiz bu bakış açısına sahip şirketlere büyük operasyonel kolaylık ve elbette maliyet avantajı sağlıyor.

Yeni dönem projeleriniz ve hedefleriniz nelerdir?

LifeClub, bir 'Super App'. Dolayısıyla LifeClub içinden hem başka app'lere geçiş imkanı sunuyoruz hem de bütünsel sağlık yönetimi ile ilgili ilave fonksiyonları üzerine inşa edebiliyoruz. Amacımız, üyelerimizin iyilik, sağlıkları için ihtiyaç duydukları modülleri zaman içinde ekleyerek ilerlemek. Bu bir sürekli gelişim yolculuğu. Gerek uygulama içi ilerlemeler gerekse geliştireceğimiz farklı programlar ile yapacağımız iş birlikleri, bu yolculuk boyunca devam edecek.

Türkiye'yi merkez üs olarak konumlandırdı

Geçen yıl toplam 196 milyon dolar yatırım alan uluslararası dijital taşımacılık platformu TruKker, Türkiye'yi merkez olarak konumlandırdı. Trukker Türkiye, Doğu Avrupa ve BDT'den Sorumlu Genel Müdür Hakan Arıkan, Polonya ve Kazakistan'daki gelişme planlarını Türkiye üzerinden yöneteceklerini söylüyor.

Uluslararası dijital taşımacılık platformu TruKker'in temelleri 2016 yılında Suudi Arabistan'da atıldı. Lojistik sektöründeki boşluğu fark eden TruKker Kurucusu ve CEO'su Gaurav Biswas, ortağıyla birlikte yatırımcı sahipleri ile araç sahiplerini buluşturan bir uygulama kurma hedefiyle yola çıktı. TruKker öncelikle limana yönelik ihtiyaçlarla ilgili çalışmalarına Suudi Arabistan'da küçük adımlarla başladı. Sonrasında çok büyük bir ilgi gören girişim önce Dubai'nin merkezi olduğu coğrafyadaki en büyük digital freight forward yani malın gemiye, tıra, trene ya da uçağa yüklenme aşamasından nihai varış yerine teslim olana kadar ki geçen süreden sorumlu olan firmalardan biri oldu. MENA bölgesindeki ana ticaret yollarında Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde, lojistik hizmetlerini dijitalleştirmede öncü bir rol oynayan şirket, bu süreçte büyümesini genişletmeye başladı. Bu sırada aldığı yatırımlarla daha hızlı büyüyen şirket, Türkiye pazarına girme kararı aldı. TruKker'in bu süreçte sektörün deneyimli isimlerinden Hakan Arıkan'la yolu kesişti. 20 yıldır lojistik sektöründe çalışan Hakan Arıkan süreci şu şekilde anlatıyor: "Lojistiğin birçok alanında, özellikle de iş geliştirme ve inovasyon bazında uzun yıllar çalıştım. Kurum içi girişimcilik tecrübemin olması TruKker ile tarafından yollarımızın kesişmesini sağladı. Ben ekibe katıldığım da TruKker sadece tüzel kişilik olarak vardı ve henüz Türkiye'de herhangi bir faaliyeti yoktu. Sıfırdan kurulması için bütün faaliyetleri birlikte yürüttük."

"Süreci dijitalleştirdik"

"Trukker'in iki müşterisi var diyebiliriz; araç sahibi ve mal sahibi. Bizim iş modelimizin değer yaratan bir iş modeli olması için çok çalıştık. Müşteriye ne değer yaratıyor diye düşündüğümüzde, ekonomik olmamız ve araç teminini araç izlenebilirliğini sağlayan bir teknolojik altyapıyla gerçekleştirmemiz öne çıkıyor. Örnekse bir araç sahibi, aracına dilediği yüklemeyi yaparak Adana'ya gidiyor diyelim; fakat İstanbul'a dönmek istediğinde araç boş bir halde dönüş yapmak istemiyor. Bu durumdaki kişiler şimdiye kadar fiziki garaj dediğimiz platformlardan mal almaya çalışıyorlardı. TruKker'de bunu dijitalleştirdik. Böylece onlara hız kazandırmış olduk. Araç sahibi normalde bir iş bulamadığında başka bir şehre geçmek istiyor ve bu sebeple de iki şehir arasında maliyet olarak bir borç kilometresi oluyor. Bizim buradaki amacımız o borç kilometresini minimize ederek hem maliyet hem de çevre dostu bir avantaj sağlamak. Ne mutlu ki başardık."

400 müşteriyle çalıştı

Türkiye hem ticaret hacmi açısından çok büyük bir pazar hem de bulunduğu coğrafyanın kara nakliyesi anlamında da en büyük

pazarı. AB ülkeleri gibi batıdaki ülkelerden daha organize çünkü deniz ve hava gibi farklı modları da kullanıyorlar. Türkiye'nin doğusundaki ülkeler ise daha organize olabiliyor. Bu sebeple Türkiye'nin doğu ve batı arasındaki bir köprü konumunda olduğunu söyleyen Arıkan, "Lojistik sektöründe rekabet gerçekten oldukça fazla. TruKker olarak bu pazara girerken pazarın henüz yeterince dijitalleşmediğini gördük ve bu duruma yönelik çalışmalar yaparak bunu kendimiz için bir avantaja çevirmek istedik. Bizim doğduğumuz coğrafyaların kültürü, kamyoncular gibi bireysel çalışan nakliyecilerle çalışma kültürüne çok yakın. Biz de aslında her pazarın kendi dinamikleri içinde çalışması gerektiğine inanıyoruz" diyor.

Türkiye pazarında yaklaşık 1,5 yıldır olan TruKker, şimdiye kadar 400'den fazla müşteri ile çalıştı. 50'den fazla ülkeye taşıma yaptı. TruKker'in portföyünde 30 binden fazla kamyoncu bulunuyor. Orta Doğu ve Kuzey Afrika coğrafyasının alanında en büyük şirketi haline gelen TruKker, toplam 350 milyon dolardan fazla yatırımla beraber, geçen yıl mart ve eylül aylarında toplam 196 milyon dolar yatırım aldı. Şirketin şimdiki hedefi; Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın en büyüğü olmak. Dolayısıyla bu yönde adımlar atan şirket, bu kapsamda Polonya ve Kazakistan'da da bir ofis açtı. 2022 yılını Türkiye'deki hedeflerinin beş katı bir farkla kapattıklarını belirten Arıkan, "Önümüzdeki sene için ise kendimize dört kat büyüme hedefi koyduk. TruKker'i sorumlu

“Deprem bölgesine lojistik destek için fon kurulmalı”

“Türkiye’de resmi kayıtlara göre yaklaşık 800 binden fazla tır var ve bu kapasitenin çok büyük oranı bireysel kullanılıyor. Şunu asla atlamamalıyız ki ürünü tedarik etmek kadar, bölgeye ulaştırmak da çok önemli bir konu. Benim önerim; bu bireysel araçların plakası, ismi ve ikametgahlarını öğrenerek ve sahiplerini deprem bölgesinde istihdam ederek, bölgeye ulaşan tırların da mazot masraflarını karşılamak. Bu süreci kolaylaştırmak adına bizim teknolojik altyapımızı kullanarak dünyanın en büyük filosu ve bir lojistik şirketi oluşturulabilir. Bu bağlamda böyle bir üst akıl olması ve bu aklın devletin kayıtlarında bulunan, örnekte 50 ila 100 bin arası kullanıcıya iletilmesi, şimdiye kadar maalesef gözlemediğimiz lojistik sorununu çok ciddi oranda ortadan kaldıracaktır. Bu noktada benim fikrim şu; önümüzdeki üç ay için devlet koordinasyonunda bir fon oluşturulmalı ve bölgeye yardım için giden araçların yakıtları ödenmeli. Hatta araç sahibi olup kendi aracını depremzedelere destek için kullananlara bu fondan makul bir maaş sağlanabilir. Böylece bölgedeki tüm ihtiyaçların lojistiği çok daha kolay sistematize edilir. Özel sektör temsilcileri olarak bizler de bu sürecin sağlıklı çalışması için her türlü desteği vermeye hazırız.”



HAKAN ARIKAN

olduğumuz Bağımsız Devletler Topluluğu ve Avrupa bölgelerinde alanında en büyük şirket haline getirmek istiyoruz” diyor. TruKker; açtığı yeni ofislerle, doğu ile batı arasındaki lojistik ağını dijital çözümleriyle yönetmeyi hedefliyor.

Türkiye üs olacak

2023 yılı içerisinde globalde kullandığı bütün teknolojik altyapısını Türkiye, Polonya ve Kazakistan pazarında kullanmayı planlayan şirket, Polonya ve Kazakistan’daki ge-

lişme planlarını TruKker Türkiye üzerinden yönetecek. Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu’nda bulunan büyüme fırsatlarını dikkatlice gözlemleyip değerlendireceklerini belirten Arıkan, 2023 yılında bizim için coğrafi büyüme ve teknoloji hem Türkiye’de hem de sorumlusu olduğu coğrafyada en efektif şekilde kullanabilmenin çok önemli olduğunu belirtiyor. Şirket, bugün yaptığı taşımaların yüzde 80’ini yurt dışına yapıyor. Hem Türk ihracatçısının hem de Türkiye’ye ithalat yapanın daha rekabetçi fiyat vermesi

amacıyla hizmetleri bu yönde geliştirdiklerini belirten Arıkan, “Aslında şu an Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu coğrafyasındaki neredeyse tüm ülkelere taşıma yapmış durumdayız. Şimdi bu durumu Türkiye’deki şirketlerimiz üzerinde kuvvetlendirmek istiyoruz” diye konuşuyor. TruKker’in iki yıl içerisinde halka arz bir planı da mevcut. Dolayısıyla Seri-C yatırımını aldıktan sonra şirketin halka arz hazırlanması planlanıyor. Bunların dışında, grupaj ve fulltrack sistemlerini devreye alma planı da var.

Adının baş harfleri markası oldu

Uzun yıllar reklam ve film sektöründe çalışan Yasemin Aykurt Çakılıkaya'nın 40'lı yaşlarındaki daha sakin hayat hedefi, kendi işi 'YAC design' markasını ortaya çıkarmış. İsmi baş harflerinden oluşan markası aracılığıyla ev ve ofisler için tasarımlar satışı sunan girişimci, ihracata da başlamış bulunuyor.

Hayatımızda gerçekleştirmek, dönüştürmek istediklerimiz için koşulların ve zamanın uygun olması gerekiyor. Bu bazen, hayali kurduğumuz iş için de 'doğru zamanı' beklemek anlamına geliyor. Girişimci Yasemin Aykurt Çakılıkaya 40'lı yaşlarında bunu gerçekleştiren isimlerden biri... Eğitim hayatını tamamladıktan sonra uzun yıllar reklam ve film yapım sektörünün çeşitli alanlarında çalışan Çakılıkaya, çalışma hayatı boyunca edindiği tecrübelerin işini kurarken yol haritası olduğunu söylüyor. Kendisini hızlı şehir temposundan uzak, daha sakin yaşamaya adanmış Çakılıkaya, "Yaşam enerji kaynağım başta ailem, işim, arkadaşlarım, spor ve yoga... 6 yıl önce emek vererek kurduğum ve her anını işleyerek büyüttüğüm markam 'YAC design' de hayatımın en önemli parçalarından. Markam, anlaşılabilir üzere ismi-mim baş harflerinden oluşuyor" diyor.

Online satış yapıyor

Çakılıkaya her kadının evinin dekoratörü ve iç mimarı olduğu görüşünde...Kendisinin de öyle olduğunu söylüyor. Dekorasyon işinin hayatında bir tutku olmasının işini kurmasında büyük etkisi olduğunu dile getiriyor. YAC design'ın 'iyi ki yapmışım' dediği ve kendisini her anlamda doyuran bir iş olduğunu ifade eden Çakılıkaya, "Tamamen boş bir zaman diliminde evim için küçük dekoratif ürünleri çevremdeki ustalar ile yaparken, işe dönüştürme fikri doğdu. Daha sonra online bir sitede satılmaya başlandı,



YASEMİN AYKURT

talep arttı, sosyal medya ile zaten biliniyor hale geldi ve kendi profilini yarattı. Şu anda kendi alışveriş sitemizden tüm ürünlerimize erişebilirsiniz. Tüm ürünleri kendim tasarlıyorum, bazen esinlendiğim ürünler de olabilir" diye anlatıyor.

135 ürün çeşidi var

'YAC design'; deri üzerine işlevsellik kazandıran, ev ve ofislerde kullanabilen tasarımları bünyesinde barındırıyor. Bugün 13 ayrı kategoride 135 ürün çeşidini tüketicilerle buluşturduklarını söyleyen Çakılıkaya, şöyle devam ediyor: "Daha üretmek için sabırsızlandığım birçok üründe yolda... Mevcut koleksiyonumuzda; aydınlatmadan, bardak seti ve karafa, çalışma alanları için masaüstü aksesuarlarından vazo, mumu, şamdan gibi ev dekor ürünlerine kadar pek çok ürün yer



"Görselliğe önem veriyorum"

"İşimin takipçisiyimdir. Asla sırtımı çalışma arkadaşlarıma yaslamam, mutlaka her detayı takip ederim. Kaçırdığım bir şey olmamalı. Görselliğe çok önem veririm. Reklam geçmişimden tüketiciye ürünü doğru yansıtmamanın önemini biliyorum. 'Ton sür ton' hayatımın içinde diyebilirim. 'YAC design' markası tam olarak benim stillimi ve hayata bakışımı yansıtıyor. Bir yaşam tarzı sunuyorum ve kendini yakın bulan YAC design ürünlerinden edinmek istiyorum."

alıyor. Ağırlıklı olarak www.yacdesignstudio.com sitemiz üzerinden satış yapıyoruz. Ayrıca bazı perakende mağazaları, internet satış mağazaları ve otel gibi özel projelerin içinde de satış noktalarımız bulunuyor. A, A+ ve B grubuna hitap ediyoruz. Müşterilerimizin yüzde 55'ini kadınlar oluşturuyor."

İhracata da başladı

Markanın ürünleri dört farklı atölyede üretiliyor. Hammadeleri mevcut tedarikçilerinden temin ettiklerini söyleyen Çakılıkaya, "Yurtdışı satışlarında çok seçici davranıyoruz. İhracata yeni yeni başladık. Avrupa'da ve Ortadoğu'da birkaç ülkede ürünlerimiz satılıyor. Yurtdışındaki satışlarımızı ileride daha da büyütme ve var olmadığımız bazı hedef kıtalarda ve ülkelerde satış yapmak istiyoruz. Şu anda fiyatlarımızın minimum 350 TL'den başlıyor. Şimdilik küçük ama sağlam adımlarla ilerlemeyi düşünüyoruz. Mağazalaşma gibi yatırımlar yapabilmek için daha ülkemizde stabil ekonomik şartlara ve daha öngörülebilir bir geleceğe ihtiyacımız var" diye anlatıyor.

Mobilyada butik üretime odaklanacak

Mobilya sektöründe faaliyet gösteren Diyarbakırlı Alvero Concept, Artedecor markasıyla butik üretim yapmaya hazırlanıyor. Alvero Concept İcra Kurulu Başkanı Medeni Dilek, yaklaşık 4 bin metrekarelik alanda Türkiye'nin en büyük butik üretimini başlatacaklarını söylüyor.

Alvero Concept'in temelleri yaklaşık 26 yıl önce Diyarbakır'da atıldı. Uzun yıllar metal atık ticareti ile uğraşan Alvero Concept İcra Kurulu Başkanı Medeni Dilek'in üretime yönelik bir yatırım yapma hayali markanın kurulmasında itici güç oldu. Metal atık ticaretiyle uğraşırken bu malların bazılarını bizzat üretme ve ihraç etme hayalleri kurduğunu söyleyen Dilek, "En büyük hayallerimden biri sanayide öncü olmak, istihdam sağlamaktı. Mobilya sektöründeki üretimlerimizle bu hayali gerçekleştirmiş oldum. Firmamız Ak Meşe'yi 2017'de ortaklarımızla kurdum" diyor. 16 bini kapalı olmak üzere toplam 31 bin metrekare alana kurulu bir tesiste üretimi olan Ak Meşe, aynı yılın nisan ayında Alvero markasıyla proje ve concept proje bazında üretime geçti.

Butik üretime geçiyor

2022 yılı mobilya sektörü için hammadde sıkıntısının had safhaya vardığı bir yıl oldu. Buna rağmen Alvero büyümesini sürdürmeyi başardı. Şirket, 2 bin 400 konutun mutfak, banyo, vestiyer, giyin-



me odası ve kapılarının imalatını yaparken diğer taraftan; İzmir Pandemi Hastanesi, Malatya Devlet Hastanesi, Kilis Avrupa Has-

tanesi ile Yüksekova Hilton Double Tree'nin işlerini bitirdi. Şirket, yılı yaklaşık 300 milyon TL'lik ciro ile kapattı.

2023 yılı büyüme hedefini yüzde 20 olarak belirlediklerini söyleyen Alvero Concept İcra Kurulu Başkanı Medeni Dilek, "Ancak ülkemizde yaşanmakta olan finansmana erişim sorunu aşılsa hedefimizin üzerine çıkmayı planlıyoruz" diyor. Alvero'nun 2023 yılında yeni bir markaya yönelik 12 milyon dolarlık bir yatırım planı var. Şimdiye kadar proje ve concept proje bazında üretim yaptıklarını söyleyen Alvero Concept İcra Kurulu Başkanı Medeni Dilek, yeni marka Artedecor ile yaklaşık 4 bin metrekarelik alanda Türkiye'nin en büyük butik üretimini başlatarak sadece ev alanında iş yapacaklarını söylüyor.

Dilek, bazı ekonomik belirsizlikler nedeniyle yatırımı biraz erteleyebileceklerini belirtiyor. Üretim yüzde 20'sini ihraç eden şirket, bu oranı yüzde 50'ye çıkarmayı hedefliyor. Başta İngiltere olmak üzere Gürcistan, Irak ve Rusya'ya ihracat yapan şirket, bu ülkelere Almanya'ya da ekleyecek.



50 depremzedeye iş imkanı

Alvero, yakın tarihimizin en büyük felaketini yaşadığımız şu günlerde, şehri terk etmek zorunda kalan depremzedelerimize istihdam sağlamak için çalışmalarına başladı. Yaklaşık 250 çalışanı olan Alvero, depremzedelere istihdam desteği sağlamayı hedefliyle 50 kişiye yeni bir iş imkanı sağlanacak.

E-ticaret 2022'de yüzde 74 büyüdü

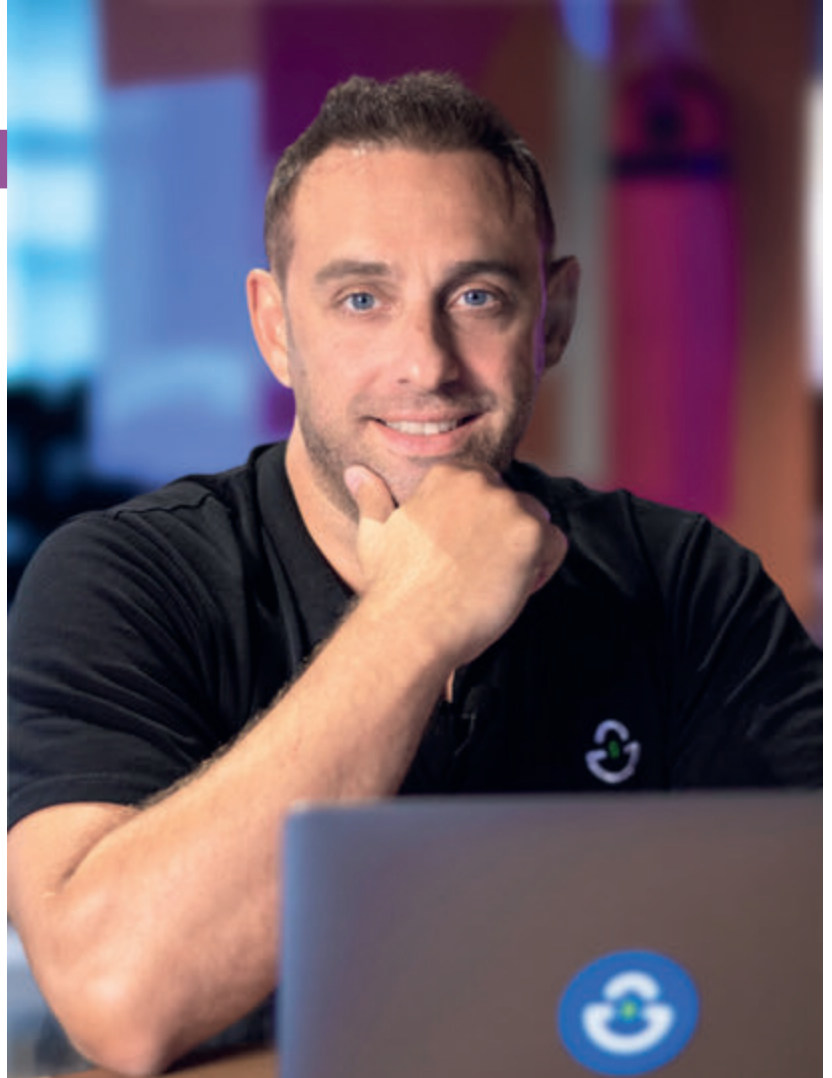
Her geçen gün büyüyen e-ticaret ekosistemine, ülke ekonomisine katkı sağlamak ve küçük ve orta ölçekli işletmelere e-ticaret yolculuklarında ışık tutmak amacıyla hazırlanan IdeaSoft 2022 KOBİ E-Ticaret Raporu açıklandı. Rapor, IdeaSoft kullanıcısı olan 18 binden fazla e-ticaret sitesinin, 7 milyondan fazla ürün siparişi analiz edilerek oluşturuldu. Raporda; satılan ürün adedi, satış hacmi yükselen sektörler, günler ve mevsimlere

IdeaSoft 2022 KOBİ E-ticaret Raporu açıklandı. Rapora göre; Ideasoft'un geliştirdiği e-ticaret altyapısını kullanan siteler; 2022 yılında 7 milyondan fazla tüketicinin 68 milyon adet ürün ihtiyacını karşıladı. Toplam hacim 2021 yılına oranla yüzde 74 oranında artarak 7 milyar TL'yi geçti.

IDEASOFT CEO'SU VE TOBB E-TİCARET MECLİS ÜYESİ **SEYHUN ÖZKARA**

"Mobil alışveriş öne çıkıyor"

"2022 yılı e-ticaret sektörünün gelişmeye devam ettiği bir yıl oldu. Pandemi döneminde başlayan büyüme ivmesi enflasyon rakamlarına rağmen 2022 yılında da devam etti. E-ticaret yapmayı düşünen firmaların karar verme sürecini olumlu yönde artıracak sayılar 2022 yılında da hatırı sayılır biçimde artmış görünüyor. E-ticarete yükselen sektörler arasında; elektrik, motosiklet ekipmanları, çeyiz ve züccaciye öne çıkıyor. Bu sektörlerin 2022 yılındaki büyüme oranları, pandemi dönemi öncesine oranla daha yüksek. Hırdavat & Yapı Market ise geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da en fazla satış hacmi olan sektör olarak konumunu koruyor. Bunun yanında tüketici davranışı olarak özellikle mobil cihazlardan yapılan alışverişler öne çıkıyor. Tüm bu verilerin ışığında IdeaSoft olarak herkesin kolay bir şekilde e-ticarete giriş yapabilmesi adına çalışıyor ve e-ticaret ekosistemini gün geçtikçe geliştiriyoruz."



göre dağılımları, sipariş verilen bölgeler, kargo tercihleri, ödeme yöntemlerine kadar kapsamlı istatistikler yayınlandı.

Toplam ciro 7 milyar TL'yi aştı

Ideasoft'un 18 binden fazla mağaza üzerinde 7 milyonu aşkın siparişle oluşturduğu raporuna göre e-ticaret hacmi 2021'e oranla 2022'de tam yüzde 74 oranında artarak toplam ciro 7 milyar TL'yi aştı. Sepetteki ürün adedi totalde 10 bine yaklaşırken 980 liraya yükselen ortalama sepet tutarı ile toplam 70 milyona varan ürün siparişi ile ciddi bir artış yaşandı.

Satış hacmi en yüksek 10 sektör

Raporda satış hacmi en yüksek sektörlerde 2021 yılında ilk sırada yer alan Hırdavat & Yapı Market 2022 yılında da zirvede yer alıyor. Bir önceki sene ilk 10'da yer almayan Mobilya sektörü de 9. sıradan listeye dahil olurken, listenin ikinci sırasında Elektronik yer aldı. Diğer sektörler ise; Beyaz Eşya ve Ev Aletleri, Gıda, Otomotiv, Outdoor, Kozmetik, Giyim, Mobilya, Petshop oldu. Raporda listelenen sektörler bu alanda mağazaları olan ama online satış kanalları olmayanlar için de harekete geçirici nitelikte. E-ticarette 2022 raporunda ciro bazında en çok büyüyen ilk 10 sektörün başında yüzde 295'lik büyüme oranıyla Elektrik sektörü geliyor. Motosiklet Ekipmanları ikinci sırada yer alırken üçüncü sırada Çeyiz ve Züccaciye, dördüncü sırada Spor Malzemeleri, beşinci sırada ise Hırdavat ve Yapı Market sektörü yer alıyor. Listenin devamında ise Otomotiv, Oyun & Hobi Ürünleri, Mobilya, Beyaz Eşya ve Ev Aletleri, Elektronik var. Sipariş adedi bazında en çok büyüyen ilk 10 sektör ise; bilgisayar, motosiklet ekipmanları, elektrik, otomotiv, spor malzemeleri, ısıtma soğutma, outdoor, oyuncak, ayakkabı ve mobilya oldu.

En çok sipariş Marmara'dan

Yüzde 43'lük sipariş oranıyla 2021 yılında olduğu gibi 2022'de de Marmara

ra Bölgesi lider konumda. Marmara'yı yüzde 15 ile İç Anadolu takip ederken; Karadeniz Bölgesi yüzde 14, Akdeniz yüzde 10, Ege yüzde 7, Doğu Anadolu Güneydoğu Anadolu yüzde 4 sipariş oranıyla listede yer aldı. Şehir bazlı siparişlere bakıldığında en çok sipariş veren ilk 3 şehir yine İstanbul, Ankara ve İzmir oldu. Ardahan, Muğla ve Konya ise büyüyen satış hacimleriyle dikkat çeken şehirler olarak gözüküyor. Kullanıcıların ödeme alışkanlıkları e-ticaret yükselişine paralel olarak kredi kartı olarak devam ediyor. Online sipariş veren kullanıcıların yaklaşık yüzde 75'i kredi kartı ile ödeme yaparken yüzde 16'sı kapıda ödeme seçeneğini kullanıyor. Havale ve EFT tercih edenlerin oranı ise yüzde 9. Kredi kartı kullanan kullanıcılar taksit seçeneklerini de değerlendirirken, kullanıcıların yaklaşık yüzde 33'ü 3 taksit, yüzde 23'ü ise 2 taksit seçeneğinden yararlanarak alışveriş yapıyor.

En çok sipariş verilen gün çarşamba

Raporda dikkat çeken bir diğer istatistik ise sipariş verilen günler ve saatler. İnternette alışveriş yapan kullanıcıların en çok tercih ettikleri gün çarşamba. Yine onu takip eden perşembe günü de siparişin en yüksek olduğu diğer bir gün. Saatlere baktığımızda ise öğleden sonra 14:00-15:00 saatlerinde siparişler en yüksek seviyelere ulaşıyor. Mevsimlere göre de istatistik verilen raporda en yüksek siparişin verildiği mevsim Sonbahar. Ürünlerini online ortamda satmak isteyen kişi ve kuruluşlar için tüm teknik alt yapıyı ve entegrasyonları hazır olarak sunan Ideasoft'u kullanan mağazaların müşterileri yüzde 61'i mobil cihazlarından sipariş verdi. Kullanıcıların 2 milyon 800 bini siparişlerini masaüstü cihazlardan verirken 4,5 milyonu ise mobil cihazlarından sağladı. Ideasoft sürekli olarak yaptığı güncellemelerle mağazalarına kullanıcı dostu bir arayüz sunarak mobilden sipariş veren kullanıcılarının sayısını da artırmış oldu.



13 bin kadın girişimciyi destekleyecek

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), girişimcilik destekleri kapsamında bu yıl 13 bin kadın girişimciyi desteklemeyi hedefliyor. KOSGEB, gelecek dönemde ithal ürün ve ara malların yerli ve milli üretimini sağlamak, KOBİ'leri uluslararası pazarlarda söz sahibi yapmak, ülkenin stratejik önceliklerine uygun yenilikçi, teknoloji düzeyi yüksek imalatçı KOBİ'leri desteklemeye devam edecek. Başkanlık, iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve becerilerini geliştirmek için bu yıl 59 bin KOBİ'yi desteklemeyi planlıyor.

İhracattan aldığı pay yüzde 31

KOSGEB, bu yıl KOBİ'lerin AR-GE harcamalarındaki payının da yükseltilmesini planlıyor. Bu kapsamda KOBİ'lerin yaptığı harcamanın oranının yüzde 27 olması öngörülüyor. KOBİ'lerin ihracat içindeki payının da artırılması için destekler veren Başkanlık, 2023'te KOBİ'lerin ihracattan yüzde 31 pay almasını bekliyor. 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'nin temel politika bileşenlerinden biri olan girişimcilik alanında da ülkedeki teknoloji tabanlı girişimciliğin büyük potansiyelinin farkında olan KOSGEB, girişimcilik destekleriyle Türkiye'ye değer katan girişimcilerin her zaman yanında olmaya devam edecek.

Girişimcilik destekleri kapsamında geçen yıl 12 bin 811 kadın girişimciye destek sağlayan KOSGEB, bu yıl da 13 bin kadını benzer şekilde desteklemeyi öngörüyor. Başkanlık tarafından 2023'te kadınlara sağlanacak girişimcilik desteklerinin toplam girişimcilik destekleri içindeki payının yüzde 29,5'i bulması bekleniyor. Başkanlık, bu yıl 168 bin kişinin girişimcilik eğitimlerine katılarak katılım belgesi almasını hedefler-

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), girişimcilik destekleri kapsamında bu yıl 13 bin kadın girişimciyi desteklemeyi hedefliyor. Kadınlara sağlanacak girişimcilik desteklerinin toplam girişimcilik destekleri içindeki payının yüzde 29,5'i bulması bekleniyor.

45 yerli ürüne destek sağlanacak

Gelecek dönemde de ithal ürün ve ara malların yerli ve milli üretimini sağlamak, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda söz sahibi yapmak üzere, ülkenin stratejik önceliklerine uygun yenilikçi, teknoloji düzeyi yüksek imalatçı KOBİ'leri desteklemeye devam edecek olan KOSGEB, bu yıl 45 yerli ürüne destek sağlayacak. KOSGEB, KOBİ'lerin sanayide katma değer odaklı yapısal dönüşüme ayak uydurabilmeleri için orta yüksek ve yüksek teknoloji sektörlerde üretim kabiliyeti kazandıracak modern teknolojileri edinmeleri, bu sektörlerde tasarım, üretim ve yönetim becerilerini geliştirmeleri, dijital teknolojilerden yararlanarak verimlilik ve ürün kalitelerini artırmaları konularında proje esaslı destekler de veriyor. Bu kapsamda kurum 140 teknolojik ürüne destek verecek. AR-GE ve yenilik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan ürünlerin üretimi ve ticarileştirilmesi, orta yüksek ve yüksek teknoloji alanında yer alan ve cari işlemler hesabına katkı sağlayacak ürünlerin üretimini ve ticarileştirilmesini sağlamak amacıyla işletmelerce gerçekleştirilecek yatırımları da destekleyen KOSGEB, bu yıl orta yüksek ve yüksek teknoloji alanlarında 7 bin işletmeye destek sunacak



ken, bunlardan 70 bin kişinin kadın olması planlanıyor. KOSGEB'ten bu kapsamda geçen yıl 154 bin 92 kişi girişimcilik eğitimi alırken bunların arasında 64 bin 953 kişinin kadın olduğu görüldü. KOSGEB, finansman alanında da işletmeleri desteklemek için çalışma yürütüyor. Başkanlık, 2023'te 34 bin 325 girişimciyi desteklemeyi planlarken, ayrıca 4 bin 500 işletmeye de finansman desteği sağlamayı hedefliyor. Başkanlıkça sağlanan finansman desteğiyle oluşturulan kredi hacminin bu yıl 360 milyon lira olması öngörülüyor.

Miami'den Sidney'e dünyaya açılacak

Amerika Santa Barbara'da genç girişimci Ata Sarı tarafından üst segmente hitap eden tasarımcı bir çocuk tekstil markası olarak kurulan Mama Luma, 50 ülkeye ürün satıyor. Mama Luma'nın kurucusu Ata Sarı, "İki yıl içinde Miami, Riyad, Dubai, Kuveyt, Doha, Toronto ve Sidney'de mağaza açmayı hedefliyoruz" diyor.

Son yıllarda Türkiye'de doğup dünyaya açılan pek çok markanın hikayesini yazıyoruz. Mama Luma'nın yolculuğu ise tamamen farklı ilerledi. Mama Luma, bir Türkiye markası olarak Amerika'da doğdu. Markanın temelleri Amerika'da Santa Barbara'da istatistik okuyan Ata Sarı tarafından atıldı. Genç girişimci 2017 yılında Türkiye'nin üretim avantajını ve annesinin tasarım yeteneğini kullanarak bir marka yaratmak için harekete geçti. Böylece üst segmente hitap eden tasarımcı bir çocuk tekstil markası olarak Mama Luma ortaya çıktı. 1-12 yaş aralığındaki kız çocukları için ürünler üreten marka, ilk mağazasını Amerika Santa Barbara'da açtı.

Mağazanın belli bir olgunluğa ulaşmasının ardından 2020 senesinde üretim planlamasını düzenlemek için Türkiye'ye dönen Sarı, bu süreçte e-ticaret alt yapısını güçlendirdi. Marka, e-ticaret satışlarının patlama yaptığı pandemi döneminde ciddi bir ivme yakaladı.

Pandemi döneminde Türkiye'de online satış konusunda iyi bir alt yapı kurduklarını söyleyen Sarı, "E-ticareti çok önemsiyoruz. Bu alana ciddi bir yatırım yaptık. Bu süreçte çok iyi bir alt yapı kurduk. Üretim konusunda önemli adımlar attık. Bugün tüm dünyaya ürün satıyoruz. Ortalama sepet değeri 200 doları buluyor" diyor. Üretimi Türkiye'de gerçekleştiren markanın Amerika ile birlikte 50'yi aşkın ülkeye satışı bulunuyor. Marka Hollywood'un çocuk oyuncularından Faithe Herman, Lexy Kolker ve Stella Edwards'ın da arasında bulunduğu pek çok minik yıldızı giydirmeyi başardı. Ata Sarı, bu başarının arkasında annesinin olduğunu

Sosyal medyada önemli iş birliği

Marka, sosyal medyada önemli iş birliklerine imza atıyor. Arjantinli yıldız Lionel Messi'nin karısı Antonella Rocuzzo'yla iş birliği yapan Mama Luma, bu kapsamda bir kapsül koleksiyon hazırladı. Koleksiyonun temmuz sonunda lanse edilmesi planlanıyor.



ATA SARI

söylüyor. Markanın tasarımlarını genç girişimcinin annesi Mahinur Sarı ve ekibi gerçekleştiriyor.

Yüzde 40 büyüdü

Mama Luma, yapılan yatırımların gücüyle 2021'de yüzde 40 büyüdü. Bugün satışların yüzde 78'i online'dan geliyor. Yurtiçinin payı ise yüzde 8-10 civarında. Türkiye'de ilk aşamada e-ticaretle büyüyen Mama Luma, bu yıl mağazalaşma için adım attı. İlk şube ocak ayında Galataport'ta açıldı. Markanın mağazalaşma yatırımları önümüzdeki dönemde de devam edecek. Şirket iç pazarda Haliç'teki bir projede şube açmayı hedefliyor. İstinyepark ve Cevahir için de görüşmeler sürüyor.

Hali hazırda Azerbaycan ve Panama'da franchise şubeleri olan şirketin yurtdışında da büyüme planları var. İki yıl içinde Miami, Riyad, Dubai, Kuveyt, Doha, Toronto ve Sidney'de mağaza açılması hedefleniyor. Bu süreçte birçok distribütörlük anlaşması yaptıklarını söyleyen Sarı, "İtalya'yla 3.5 milyon Euro'luk, Rusya'da 2 milyon Euro'luk anlaşma yaptık. İngiltere'de her sene önemli noktalara girdik" diyor.

“Yurtdışına yaban mersini ihraç edeceğiz”

Antalya’da Sena Tur markasıyla bilinen Ünver ailesinin temsilcilerinden Meriç Ünver, Land of Berry markasıyla tarım işine girdi. 151 dönümlük bir arazide yaban mersini üretmeye başlayan Land of Berry Yönetim Kurulu Başkanı Meriç Ünver, “2024 yılı içerisinde dünyanın farklı ülkelerine ‘Merry&Berry’ etiketli ürünlerimizi ihraç edeceğiz” diyor.

Yurtdışında ‘blueberry’ olarak bilinen yaban mersinine yönelik talep artışı girişimcilerin ilgisini çekmeye başladı. Taze tüketimin yanı sıra pastacılık sektöründe de çok tercih edilen yaban mersininin potansiyeli bu alana yönelik yatırımların artmasına neden oluyor. Antalya’da turizm sektöründe uzmanlaşan Meriç Ünver de bu potansiyeli gören bir girişimci. Yaklaşık bir yıllık bir çalışmanın ardından Antalya’nın Serik bölgesinde topraksız tarım yöntemiyle 151 dönümlük arazide yaban mersini yetiştirmeye başlayan Land of Berry Yönetim Kurulu Başkanı Meriç Ünver, ile gelecek planlarını konuştu.

Kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz? Land Of Berry markası nasıl ortaya çıktı?

Land of Berry ailesi olarak hepimiz toprakla ilişkimizi koparmayan ve eşsiz doğamızı seven insanlarız. Her zaman üretmeye odaklı potansiyelimiz doğrultusunda değerli tarım alanlarına yaptığımız yatırım da ‘Merry&Berry’ hayalimize doğru attığımız ilk adımlar oldu. Alanında uzman çalışma arkadaşlarımızla bir araya geldik ve sürdürülebilir yöntemlerle neler yapabileceğimizi değerlendirdik. Bir yıla varan yaptığımız çalışmalar sonucunda Antalya’nın Serik bölgesinde dünyanın en kıymetli yaban mersinlerinden coğrafyamızın iklim şartlarına uygun üç türünü topraksız tarım yöntemiyle 151 dönümlük arazimizde yetiştirmeye başladık.

Ne zaman kurdunuz ve şirkette başka bir ortağınız var mı?

Markamızın temelleri 2020 yılında atıldı. Çatı markamız Sena Tur’un deneyimi ve do-

“Berry Otel açma planımız var”

“Öncelikle ilk hasatımızın ürünlerinin tüketicilerin ulaşabileceği tüm noktalarda olmasını hedefliyoruz. Bunun yanı sıra ürettiğimiz blueberrylerden farklı ürünler de geliştirerek tüketicilerimizle buluşturma amacındayız. Ayrıca bir de Berry Otel projemiz mevcut. Bu yıl içerisinde otelimizin hizmet vermeye başlamasını hedefliyoruz. Otelimizde özenilmiş lezzetlerle güçlü mutfağı olan, hizmet kalitesi yüksek bir konaklama sunmayı hedefliyoruz. Otelimizin patisseriesi kısmında ülkemizde benzeri olmayan, blueberry meyvesi ile üretilen birbirinden farklı lezzetleri misafirlerimizin deneyimine sunacağız. Ayrıca otelimizle birlikte yeni bir istihdam da yaratma hedefi içerisindeyiz.”



nanımıyla kurulduk ancak Land of Berry’de herhangi bir ortaklık yapımız bulunmuyor. Bir yıla yakın saha ve kurulum çalışmalarının ardından 2021 yılında üretim aşamasına geçtik. Şu anda blueberry meyvesinin ventura, biloksi ve star türlerini yetiştiriyoruz. Planlamamız dahilinde tüm blueberry ürün ve işletmelerimizi Land of Berry markamızın bünyesinde tutarken pazar ürünlerimizi Merry&Berry markamız ile sunuyoruz.

Bu iş için ne kadarlık yatırım yaptınız?

Günümüzde yeni bir marka yaratmak büyük bir cesaret istiyor açıkçası. Bir yandan topraksız tarım gibi henüz yeni yeni uygulanan bir sistemi seçmek bir yandan geleceği kurgulayarak uzun vadede planlar yapmak, büyük hayaller ve yatırımları beraberinde getiriyor. Topraksız tarımın yatırım maliyeti diğer üretim alanlarına göre çok daha yüksek ancak biz sürdürülebilirlik odaklı çalıştı-

MERİÇ ÜNVER

ğımız için Land of Berry'nin kurulum aşamasında hiçbir yatırım kaleminden kaçınmadık. Yatırım süreçlerinde; tarım alanlarının bulunması, global tarım standartlarına uygun olarak hazırlanması, planlamaların yapılması gibi birçok aşama bulunuyor.

Sizin için 2022 yılı nasıl bir yıl oldu? Geçen yıl ne kadarlık bir üretim gerçekleştirdiniz?

Geçtiğimiz yıl bizim için tüm alanlarımızı hazırladığımız ve üretime geçtiğimiz bir yıl oldu. Land of Berry olarak GLOBAL G.A.P. iyi tarım uygulamaları ve ihracat standartlarına uygun olarak hazırladığımız için ilk hasat dönemimizi bekledik. Bu süreçte de gelecek yıllar için hazırlıklarımızı gerçekleştirmenin yanı sıra bir yandan da projelerimizi planladık. İlk hasatımızı ise bu yıl almaya başladık.

2023 yılı büyüme hedefiniz nedir? Bu yıl kaç metrekarelik bir alanda ve kaç tonluk bir üretim gerçekleştireceksiniz?

Toplamda 151 dönümlük bir arazimiz bulunuyor ve iki etaba böldüğümüz arazimizin ilk bölümünde üretimimizi hem açık alanda hem de kapalı alan serada gerçekleştiriyoruz. İkinci etabımızı ise yeni üretim süreçlerimiz başlayana kadar egzotik meyve yetiştirmeleri için değerlendirmeye aldık, şu an onun için kullanıyoruz. Geride kalan süreçte 50 tonluk bir üretim gerçekleştirdik. Her yıl sadece bir kez hasat alabiliyoruz bu nedenle gelecek yıl üretimde 120 tonun üzerine çıkmayı hedefliyoruz.

İhracata yönelik ne tür adımlar atmayı planlıyorsunuz?

Land of Berry olarak 'Merry&Berry' markalı ürünlerimizi titizlikle hassasiyetle üretiyoruz. Amacımız yetiştirdiğimiz üç tür için de her hasat döneminde daha nitelikli ve nicelikli sonuçlar elde etmek. Bir yandan kısa vadede yüksek verimlilik seviyesine ulaşmayı hedeflerken diğer yandan da ülkemizin ihracat potansiyeline katkı sunmak için yerel ve uluslararası iş birlikleri gerçekleştiriyoruz. Şu anda hedeflerimize emin adımlarla ilerleyen bir yapımız var. Şartlar planladığımız gibi giderse 2024 yılı içerisinde dünyanın farklı ülkelerine 'Merry&Berry' etiketli ürünlerimizi ihraç ederek Türkiye'yi gururla temsil edeceğiz.

Bünyenizde kaç kişi çalışıyor? 2023 yılında yeni istihdam yaratacak mısınız?



Land of Berry'de şu an dört ziraat mühendisi, üç ziraat teknikeri ve altı saha teknikeri çalışma arkadaşımız bulunuyor. Üretim süreçlerimizde titiz ve hassas davrandığımız için alanında uzman isimlerle çalışıyoruz. Bunun yanı sıra hasat döneminde de yüksek bir istihdam sağlıyor ve kadın istihdamını önemseydiğimiz için çalışma arkadaşlarımızı kadınlardan seçiyoruz.

Üretimde nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz?

Yolculuğa dünyanın geleceğini önemseyerek çıktığımız için tüm süreçlerimizi sürdürülebilirlik odaklı planladık. Çevreye, insana ve hayvana zarar vermeyen bir üretim politikası çerçevesinde topraksız tarımla üretim gerçekleştiriyoruz. Böylelikle verimli kullanım alanlarımız ve hassas takip sistemlerimiz sayesinde kaynaklardan da tasarruf sağlıyoruz. Bir yandan topraksız tarım ile üretim verimliliği ve istikrarı sağlarken diğer yandan da damlama sulama yöntemimiz ile su tasarrufu sağlıyoruz. Topraksız tarım geri dönüşüme imkan tanıdığı için tesisimizde

kullandığımız suları biriktirerek tekrar tekrar kullanabiliyoruz. Fitoback havuz sistemimiz sayesinde atık suyu ayrıştırma imkanı bulurken, açık arazilerimizdeki ürünlerimiz için yağmur sularından da faydalanarak tasarrufa katkı sunuyoruz.

Türkiye'de yılda kaç ton blueberry üretimi gerçekleştiriliyor? Türkiye'nin üretim konusundaki potansiyeline ilişkin yorumlarınızı alabilir miyiz?

Ülkemizde blueberry üretimine son yıllarda yoğunlaşan bir ilgi var. Özellikle yüksek getirisi olan bir meyve olması sebebiyle üreticiler rağbet gösteriyor. Topraksız tarımın sağladığı verimliliğin öne çıkması, verimli olmayan alanlardan şikayetçi olan üreticileri de bu alana çekti biraz. Şu anda Türkiye'deki üreticiler Avrupa ülkelerinden Çin'e kadar yaban mersini ihracatı gerçekleştiriyor. Türkiye'nin potansiyelinin çok daha yüksek olduğunu düşünüyoruz. Doğru tarım politikalarının uygulanması ile çok daha fazlası üretilerek tüm dünyaya ihraç edilebilir.

“Avrupa pazarında büyüme hedefliyoruz”

Pazaryerleri, satıcı ve markaları bir araya getiren bir reklamcılık altyapısını oluşturan. GoWit RMA, Türkiye’de alanında öncü şirketlerden. ABD’de bu işi iyi yapan Amazon, Walmart gibi büyük şirketler olduğunu söyleyen GoWit Kurucu Ortağı ve CEO’su Emrah Adsan, “Yakında Londra ofisimizi açarak, Avrupa pazarında büyüme hedefliyoruz” diyor.

GoWit dijital reklamcılık alanında çözümler üreten bir global teknoloji şirketi. Dijital reklam sektöründe 12-13 yıldır çalışan üç kurucu ortak tarafından 2019 yılında kuruldu. Başlangıçta, programatik reklamcılık üzerine ürünler geliştirdi ve Turkcell ile Türkiye’nin yerli ve en büyük dijital reklamcılık ekosistemini yarattı. Geçtiğimiz yıl ise GoWit RMA - Retail Media Ads’i (pazaryeri reklamları) piyasaya sundu. Bir süredir Kuzey Amerika pazarında çok hızlı büyüyen Retail Media’nın, arama motoru ve sosyal medya reklamcılığında sonra dijitaldeki en güçlü trend olduğunu öngörerek, reklamcılık ekosisteminde fark yaratacak bir platform geliştirdiklerini söyleyen GoWit Kurucu Ortağı ve CEO’su Emrah Adsan, “Müşterilerimiz arasında uzun bir süredir çalıştığımız Turkcell, iş birliğimizin yakın dönemde başladığı Teknosa ve Modanisa var. E-ticaret büyümesini hızlandırmak isteyen veya pazaryeri modeline geçmeye karar vermiş birçok global ve yerel büyük marka ile de görüşmelerimiz devam ediyor” diyor.

Adsan sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Pazaryeri reklamının mantığı nedir?

Pazaryeri reklamları, partner markaların veya satıcıların ürünlerini pazaryerlerinin çeşitli reklam kanallarında müşterileriyle etkileşime girebilmek amacıyla reklam vermesine dayanıyor. GoWit RMA da birden fazla medya kanalında reklam yayınlamayı sağlayan bir reklam platformu. Platformumuz temelde pazaryerleri, satıcı ve markaları bir araya getiren bir reklamcılık altyapısını oluşt

“Ciromuz iki kattan fazla büyüdü”

“Kurulduğumuz 2019 yılından bu yana ciromuz her sene ortalama 2 kattan fazla büyüdü. Bu sayede yatırım almadan kendi öz sermayemiz ile şirketi bu noktaya getirdik. Bugün geldiğimiz noktada kuruluşumuzdan bu yana yüzde 800 oranında büyümeye imza attık. Yeni ürünümüzle beraber hedefimiz önümüzdeki dönemde Avrupa pazarına açılmak olacak. Bunu sağlamak için ilk kez bir yatırım turuna çıktık ve bu yıl içinde yatırım turumuzu tamamlamayı düşünüyoruz. Hemen ardından UK ofisimizi devreye alacağız ve ülkemizden başlayan büyüme serüvenimizi Avrupa’da da devam ettireceğiz.”

turuyor. GoWit RMA pazaryerlerine, ihtiyaç duydukları reklam altyapısını çok kısa sürede ve az maliyete hayata geçirme imkanı sunuyor.

Ne işe yapıyor?

Pazaryerleri, kendi kanallarında reklam gösterme fırsatını satıcılar ve markalara sunduğunda yeni bir gelir kaynağı elde etmiş oluyor. Satıcılar ve markalar ise etkili reklam kampanyaları ile markalarının görünürlüğünü ve satışlarını artırıyor. Platform satıcıların birinci taraf verilerini de güvenli bir şekilde kullanmalarına olanak veriyor. Ek olarak, reklam kampanyalarının performansını inceleyebilecekleri bir raporlama sistemi ve gelişmiş hedefleme seçenekleri de platformda sunulan önemli hizmetler arasında yer alıyor.

GoWit ile yürütülen reklam çalışmaları ile markalara nasıl katkı sağlıyorsunuz?

GoWit, markaların perakende mağazaları ve pazar yerlerinde reklam vererek ürünlerini hedef kitlelere daha etkili bir

şekilde tanıtmalarına ve satışlarını artırmalarına yardımcı olan self-service bir reklam platformu. Ayrıca, reklam kampanyalarının daha iyi hedeflenmesi ve ölçülmesi sayesinde markaların reklam bütçesinden tasarruf etmelerine de olanak sağlıyor. Sunduğu reklam imkanları, markaların marka bilinirliğini artırmalarına ve daha fazla müşteriye ulaşmalarına yardımcı oluyor. Bu sayede markalar, daha etkili bir şekilde reklam yaparak satışlarını artırabiliyorlar.

Dijital reklam sektöründe öne çıkan trendlerden biri sanırım pazaryeri reklamcılığı. Başka dikkat çeken trendler neler?

Öncelikle pazaryeri reklamcılığında “multichannel” yani çok kanallı olmak, farklı medya kanallarına reklam verebilmek önemli bir özellik olarak öne çıkıyor. Günümüzde müşterilerin yüzde 73’ü birden fazla medya kanalından alışveriş yaptığını belirtiyor. Bu durumda birden çok kanalda reklam çıkmak, daha çok müşteriye ulaşmak ve satışları artırmak için etkili bir yöntem.



EMRAH ADSAN

Birçok kanalda reklam çıkmanın yanı sıra, farklı hizmetler ve avantajlar sağlayan reklam formatlarına da değinmek gerekir. Pazaryeri reklamcılığı ile dijital pazarlama yeni bir döneme girdi. Son zamanlarda özellikle Sponsorlu reklamlar, video, influencer ve mağaza içi sesli/ display reklamlar oldukça dikkat çekiyor. Özellikle, Amazon'un yaptığı bir araştırmaya göre, ürün satışlarını artırmak isteyen satıcıların yüzde 97'si en az bir tane Sponsorlu Reklam formatından yararlanıyorlar. Reklam formatları arasında en çok tercih edilen formatın "Sponsorlu Ürün" reklamları olduğunu görüyoruz. Bizim platformumuz da bu reklam formatı şü

an mevcut.

Pazaryeri ve tüm reklamcılar için bir diğer önemli konu ise, Google'in third-party çerez kullanımını 2024 yılında yasaklanacağını duyurması oldu. Bu durum reklamcılar oldukça endişelendirdi çünkü yeni düzenlemeler ve yasalar dahilinde, müşteriye ait bilgileri almak oldukça zorlaştı. Reklamcıların müşteri datasına ulaşamaması ve kişisel reklamlar kurgulayamıyor olmaları bu sektördeki herkes için büyük bir engel haline geldi.

Sizin gibi dünyada az sayıda şirket olduğunu biliyoruz. Bu durumda dünyaya teknoloji ihracatı planlıyor musunuz?

Kesinlikle evet. RMA platformunu her geçen gün daha da geliştirmeye ve en iyi şekilde sunmaya çalışıyoruz. ABD'de bu işi iyi yapan Amazon, Walmart gibi büyük şirketler var. Bizler de bu işin Türkiye ayağında oldukça başarılı olacağını düşünüyoruz ve kısa vadede önceliğimiz Avrupa pazarında da bu başarıyı yakalayabilmek. Yakın zamanda Londra ofisimizi açarak, Avrupa pazarında büyüme hedefimizi de hızlandırmak istiyoruz. Çünkü e-ticaret ve reklam teknolojileri globalde faaliyet gösteren ve büyümeye devam eden bir alan, biz de Retail Media alanında Türkiye'de ilk, dünyada öncü şirketlerden biriyiz.

Online terapide İngiltere'ye açıldı

Online terapi platformu Hiwell, 2022 yılında beş kat büyüdü ve yılı 1 milyon dolar yatırım turuyla kapattı. İngilizce dilince terapi seçeneği açarak, İngiltere'de şirket kurduklarını söyleyen Hiwell Kurucu Ortağı ve CEO'su Ali Ozan Özçiçek, "Böylece yurtdışı açılımını başlattık. Öncelikli olarak, Avrupa ve İngiltere'de kendi anadilinde hizmet vermeyi hedefliyoruz" diyor.

Pek çok alanda olduğu gibi sağlık hizmetlerinde de dijitalleşme hızlandı. Son dönemde online terapi hizmeti veren girişimlerin sayısı hızla artıyor. Üstelik bu girişimler büyük bir hızla büyüyor. Bunlardan biri de Hiwell oldu. 2022 yılında beş kat büyüyen Hiwell, Türkiye sınırlarını aşarak gözünü yurtdışında dikti. Hiwell'in kuruluşu 2019 yılına uzanıyor. Şirketin Kurucu Ortağı ve CEO'su Ali Ozan Özçiçek, henüz bir öğrenciyken girişimci ruhunun peşinden gitti. Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünde eğitimine devam ederken altı farklı kurumsal şirkette part time olarak çalışarak iş hayatına da atılan girişimci, tüm bu süreçte girişimcilik ekosistemindeki arkadaşlarıyla yarışmalara giderek o atmosferi soluma imkanı buldu. "Tüm bu süreç benim girişimcilik kanıma işledi ve bunu yapmak istediğime karar verdim" diyen Özçiçek, üniversite eğitiminin son yılında dört arkadaşıyla birlikte psikolojik desteği herkese ulaşabilir hale getirmek amacıyla Hiwell üzerinde çalışmaya başladı ve 2019 yılında da bu uygulamayı hayata geçirdi.

Hiwell'i ilk kurmaya karar verdiklerinde ekonomik açıdan bir kaynakları olmadığını söyleyen Özçiçek, arkadaşlarıyla birlikte büyük bir özveri ve emek vererek uygulamayı hayata geçirdiklerini belirtiyor.

Hiwell'in başarısı bir süre sonra yatırımcıların da dikkatini çekti. 2021 yılında Boğaziçi Ventures'tan 16 milyon TL değerlendirilme üzerinden 4 milyon TL yatırım alan şirket, 2022 yılının kasım ayında ise Bo-

"Yapay zeka üzerine çalışıyoruz"

"Hiwell olarak, birçok AR-GE projesine ve yenilikçi ve teknoloji özellikleri bulunan çalışmalara yatırım yapıyoruz. Özellikle makine öğrenmesi ve yapay zekâ yatırımlarımızla eşleştirme algoritmamızı geliştiriyoruz. Yine yapay zekâ yatırımlarımızla hem mobil uygulamamızda hem de internet sitemizde yer alacak olan bilime dayalı birçok psikoloji içerikleri geliştirerek içerik alanında da yatırımlar yapıyoruz. Aynı zamanda uygulama içine birçok yenilikçi özellik geliştirmeye yönelik yatırımlarımızı sürdürüyoruz."

ğaziçi Ventures bünyesindeki BV Growth fonundan 11 milyon dolar değerleme üzerinden yatırım aldı. Şu an itibarıyla alınan toplam yatırım miktarı 1.6 milyon dolara ulaştı. 2023 yılına Dubai'de yatırımcı görüşmeleriyle başladıklarını söyleyen Ali Ozan Özçiçek, "Oradaki yatırımcıların ciddi olarak ilgisini çekiyoruz ve aramızda pozitif yönde ilerleyen süreç mevcut. Öte yandan Türkiye, İngiltere ve Amerika'daki yatırımcılarla da görüşmeler planlıyoruz. Boğaziçi Ventures, yolculuğumuza başladığımız ilk andan itibaren bizlere sunmuş olduğu desteklerle yanımızda. Aldığımız yatırımlarla hedeflerimiz doğrultusunda bu niş alandaki girişimimizi uluslararası ölçeğe taşıma yolunda çalışmalarımıza devam edeceğiz" diye konuşuyor.

Yurtdışına açıldı

Hiwell ekibi öte yandan teknolojik yatırımlar yapmaya da devam ediyor. Türkçe dışında İngilizce ve Fransızca dillerinde de danışanlara anında online terapi ve psikolojik danışmanlık hizmeti veriliyor. İtalyanca, Yunanca, Arapça ve Rusça'ya eklemek için

çalışmalar sürdürülüyor. 2022 yılında beş kat büyüme gerçekleştiren Hiwell, yılı 1 milyon dolar yatırım turuyla kapadı. İngilizce dilince terapi seçeneği açarak, İngiltere'de şirketini kuran Hiwell, böylece yurtdışı açılımını başlattı.

Hiwell'in öncelikli olarak, Avrupa ve İngiltere'de kendi anadilinde hizmet verme hedefi var. Özçiçek, danışanlara sunulan dil seçeneği sayısını 15'in üstüne çıkartmayı ve online psikolojik desteği daha fazla erişilebilir hale getirmeyi planladıklarını söylüyor. Yapay zekâ teknolojileri alanındaki entegrasyon sürecini tamamlamak ve geliştirmek için tüm çalışmalar hızla devam ediyor. Terapi dışındaki modülleri de ekleyerek psikolojik desteğe ihtiyacı olanlar için ücretsiz seans sayısını artırmak için gayret gösterdiklerini belirten Özçiçek, "Öte yandan şubat ayında yaşanan ve hepimizi derinden sarsan deprem gibi özel durumlarda daha fazla insana fayda sağlayabilecek bir proje üzerinde çalışıyoruz. 2023 yılında bu çalışmamızı hayata geçirmek istiyoruz" diyor.

ALİ OZAN ÖZÇİÇEK



“200 bin seans gerçekleştirdik”

“Kaygı, stres, mutsuzluk, cinsel sorunlar, depresyon, ilişki ve iş sorunları ve diğer çeşitli ruh sağlığı sorunları ve esenlik ihtiyaçları için online psikoterapi ile yalnızca bilimsel araştırmalarla etkili olduğu kanıtlanmış psikoterapi ekollerinde hizmet sağlıyoruz. Online psikologlarımız ve terapistlerimiz Bilişsel Davranışçı Terapi (CBT), Dinamik Terapi, Kişilerarası Terapi, Şema Terapi ve diğer terapi türlerinde uzmanlık, süper vizyon ve eğitimler alan kişilerden oluşuyor. Alanlarında uzman ve deneyimli ekibimizle Hiwell uygulaması üzerinden, şu ana kadar 200 bin seans gerçekleştirdik. Ayda 17 binden fazla kişi seans alıyor.”

Uzman sayısı artacak

Hiwell üyeleri kendilerini en rahat hissettiği yerden psikolojik desteği herkese ulaşılabiliyor. Bu sayede zamandan da tasarruf ediyorlar. Psikolojik destek sağlanan bireylere, etik kurallar çerçevesinde adımlar atarak iyi bir hizmet sunabilmeyi amaçlayan Hiwell, en yetkin psikologları seçerek bünyesine katmak için özenle hareket ediyor. Özçiçek, “Bu doğrultuda danışanlarımıza, ihtiyaçları olduğu ve kendilerini rahatsız hissettikleri tüm konularda alanında uzmanlaşmış psikologlarımızla online psikoterapi hizmet veriyoruz. Bilimsel araştırmaları sürekli takip ediyoruz ve danışanlarımıza etkili olduğu kanıtlanmış psikoterapi ekollerinde destek sağlıyoruz” diyor. Uygulama üzerinden hizmet veren online psikologlar ve terapistler Bilişsel Davranışçı Terapi (CBT), Dinamik Terapi, Kişilerarası Terapi, Şema Terapi ve diğer terapi türlerinde uzmanlık, süpervizyon ve eğitimler alan kişilerden oluşuyor.

Hiwell bünyesinde yalnızca yüksek lisansını tamamlamış ve yükseköğretim kurulu üzerinden diploma kontrolleri yapılmış online psikologlar hizmet veriyor. Sistede şu an mevcut 500’den fazla klinik ve uzman psikolog bulunuyor. Alanında uzman psikolog kadrosu, Türkçe, İngilizce ve Fransızca dillerinde danışanların ihtiyacı olan her konuda, anında online terapi ve psikolojik danışmanlık hizmeti veriyor. 2023 yılı sonunda ise 1000 uzman klinik psikoloğa ulaşma hedefi var.

Online bir terapi platformu olduğu için Hiwell’in Türkiye’den ve tüm dünyadan danışanları var. Özellikle yurtdışında yaşayan çok fazla Türk danışan olduğunu belirten Özçiçek, “Türkiye’de hizmet verdiğimiz alanlara yenilerini eklemek için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bir yandan da yurtdışına da açıldık ve yabancı danışan ve danışmanlarla hizmet veriyoruz. Yurtdışında gerçekleştirdiğimiz hizmet kapsamının hızlı bir şekilde büyümesi için tüm gücümüzle çalışmalarımıza devam ediyoruz” diye konuşuyor. Hali hazırda platformda 500’den fazla uzman psikolog hizmet veriyor. Ayrıca ekipte şu an 30 kişi görev yapıyor. 2023 yılında hem yeni projeler gerçekleştiren hem yurtdışında ve Türkiye’de büyüyen Hiwell ekibini de büyüterek 40 kişiye çıkartmayı hedefliyor.

TalkTuBaNA ile liderlere mentörlük yapıyor

Son yıllarda çok fazla duyduğumuz 'mindfulness' en basit anlamıyla 'şimdiki zaman farkındalığı' demek. Yaşadığın anı ve o anda etrafında gerçekleşenleri oldukları gibi fark etmek anlamına geliyor. Algılarını yeterince açık zihinden geçen düşünceleri, vücudun hissettiklerini, kısacası gerçekleştirenleri anlamak ve yargılamadan onlarla kalabilme durumu olan mindfulness ile bilinçli farkındalık geliyor. Bu alanla ilgilenenlerin sayısı her geçen gün artıyor. Tuba Müftüoğlu da onlardan biri. Yazar olma hayalleriyle lise yıllarında dergilere kısa öyküler yazarken, bu hayalin tam aksine Bilkent Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nü bitirip, ABD'de uluslararası hukuk alanında burslu yüksek lisansını tamamlayan Müftüoğlu, daha sonra alanının çok dışında 'marka ve strateji' üzerine on yıl yurtdışında çokuluslu şirketlerde çalışıyor. 2012 yılında ise Türkiye'ye kesin dönüş yapıyor ve halen bir holdingte üst düzey yönetici olarak çalışma hayatına devam ediyor. Öte yandan Müftüoğlu'nun, kurduğu 'TalktuBana' markası aracılığıyla girişimcilik şapkası da bulunuyor.

Faydayı paylaşmak istedi

Yaklaşık 10 yıl öncesine kadar kurumsal hayat, aile, çevre ile ilgili bir çok sorunla karşı karşıya kaldığını ve bir aşağı bir yukarı çıkan hayatında sıkışıp kaldığını söyleyen Müftüoğlu, markasının ortaya çıkışının da bu döneme denk geldiğini dile getiriyor. Müftüoğlu, şunları anlatıyor: "Stres ve endişenin egemen duygu olmaya başladığı yaşamımda iyi hissetmenin peşinden koşup birçok eğitim aldım. Ve nihayetinde uzun vadeli, hayatımın bir parçası olan ama en önemlisi 'nedenlerin yanında nasılı' bana öğreten mindfulness, şefkat ve pozitif

Kurumsal hayattaki görevinin yanı sıra 'TalkTuBaNa' girişiminin de kurucusu olan Tuba Müftüoğlu, 'mindfulness' alanında kurum ve kişilere mentörlük yapıyor. Müftüoğlu, "Mindful Leadership eğitimleri yöneticilere dışarıdan kendilerini gözlemlene ve karşılaştıkları durumları daha sağlıklı fark etme olanağı sağlıyor" diyor.



TUBA MÜFTÜOĞLU

nöroplastisite ile tanıştım. Bana bu kadar iyi gelen, fayda sağlayan bu alanları doğru bir şekilde daha çok insana ulaştırmalıyım düşüncesiyle TalkTuBaNa markasını hayata geçirdim. Kurum ve kişilere eğitimler aracılığıyla ihtiyaçları olan çözüme gidecekleri yolda mentörlük yapıyorum."

Yeni lider tanımı

Mindful Leadership temelinde, "farkındalık sahibi lider" olmayı ifade ediyor. Sadece rakamsal hedeflere ulaşan kişilerin artık günümüzde 'lider' olarak tanımlanmadığına vurgu yapan Müftüoğlu, şu değerlendirmelerde bulunuyor: "Çalışanına değer veren, ekip ruhunu hissettiren, birlikte başarmayı kabul etmiş, yaratıcı, saygılı, soğukkanlı, öz farkındalığı yüksek bireyler yeni lider tanımına giriyor. Mindful Leadership eğitimleri yöneticilere dışarıdan kendilerini gözlemlene ve karşılaştıkları durumları daha sağlıklı fark etme olanağı sağlıyor."

Liderlere ne kazandırıyor?

"Mindful Leadership eğitimleri ile liderler bir anlamda kendi iç dünyalarıyla bağ kuruyorlar. Farkındalık seviyesi yükselen bir ekip lideri kurumuna, kendisine ve ekibine maksimum fayda sağlıyor. Doğru sonucu sadece tek bir yolla ulaşıldığı yanılgısı kimi zaman farklı bakış açılarını köreltebiliyor. Mindful Leadership eğitimleri sayesinde kendileriyle güçlü bir bağ kuran yönetici, kararlarında gerektiğinde kalıpların dışında hareket edebilen, şartlara hızlı uyum sağlayan, hem kendisinin hem çalışanlarının tatmin düzeyini artıran bir dönüşüm yaşıyor."

Marmara Bölgesi'nde yeni projelere başladı

Erkek egemen bir sektör olan gayrimenkul alanında 2020 yılında kurduğu Kain AŞ ile faaliyet gösteren kadın girişimci Ebru Kain, "Şirketimizin önceliği 'ulaşılabilir lüks konut' projeleri ile kentsel dönüşüm projeleri. Bu yıl İstanbul, Yalova ve Tekirdağ'da yeni projelere başladık" diyor.

Gayrimenkul ve inşaat erkek egemen bir sektör. Ancak kadınlar iş hayatında daha aktif rol aldıkça, bu egemenliğin yakın gelecekte son bulacağı kesin. Bugünkü tabloya bakıldığında bu alanda faaliyet gösteren şirketlerin patronları arasında az da olsa kadınlara rastlamak mümkün. Kain Gayrimenkul A.Ş. Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Ebru Kain de onlardan biri. Uzun yıllar profesyonel çalışma hayatından elde ettiği tecrübeleri ve bilgi birikimini kendi şirketine aktarmak isteyen kadın girişimci Kain, 2020 yılının şubat ayında Kain A.Ş.'yi kuruyor. İnşaat sektöründe kadın olmanın zamanla avantaja dönüşeceği görüşünde olan Kain, "Kendi tecrübelerimden yola çıkarak şunu rahatlıkla söyleyebilirim ki, anlaşma yaptığım birçok projede, bir kadın olarak benim daha disiplinli ve daha güvenilir olduğumu söylüyorlar. Disiplin ve güvenilirlik konularında, kadın girişimcilerin daha başarılı olduğunu düşünüyorum" diyor.

Profesyonel hayattan geçiş

Bugün şirketi aracılığıyla gayrimenkul sektöründe konut, tekstil alanında ihracatçı firmalara iplik ve kumaş alım - satımı, gıda sektöründe ise zeytinyağı imalat ve satış faaliyeti gösteren Kain, "Daha önce serbest muhasebeci ve mali müşavir olarak uzun yıllar özel sektörde farklı faaliyet alanlarına sahip büyük ölçekli şirketlerde muhasebe ve mali işler genel koordinatörü olarak çalıştım. Mesleki anlamda çalışma hayatım boyunca TÜRMÖB'un düzenlediği olduğu birçok eğitim ve faaliyete katılım göster-

dim" diyor.

Şirketin önceliği 'ulaşılabilir lüks konut' projeleri ile kentsel dönüşüm projeleri. Kuruluşundan itibaren yatırımda bulunduğu inşaat projelerinin hazırlık aşamalarını bitirip 2022 yılına iddialı bir giriş yaptıklarını söyleyen Kain, "İstanbul'da Bayrampaşa'da,

Yalova ve Tekirdağ'da inşaatlara başladım. Ayrıca İstanbul Tarabya'da ve konumuna uygun modern, efektif bir çehreye kavuşacak olan Beyoğlu'nda yeni projeler için sözleşmeler imzaladım" diyor.

Kentsel dönüşüme katkı

Bu yıl başladıkları iki projenin bitirilmesi, anlaşmalarını yaptıkları, projelendirme ve mimari çizim aşamasında olan bir diğer iki projelerinin de başlatılmasının öncelikli hedefleri olduğunu dile getiren Kain, şunları ekliyor: "Firma olarak, daha butik projeler içerisinde yer almayı tercih ediyoruz. Hedefimiz, 'ulaşılabilir lüks konut' inşaatında öncü olmak. Proje yaptığımız bölgelerde, mevcut kalitenin üzerine artı değerler katarak o bölgeye konforlu ve ulaşılabilir konutlar sunmak hedefindeyiz. Bu amaçla, kentsel dönüşüme büyük katkımız olacağı inancındayız."



"Dağ keçisi ilham oldu"

"Şirketimi kurarken bana ilham veren şey dağ keçisi oldu. Dağ keçilerinin doğadaki yaşayışlarından ilham alarak, onların o sarp kayalıkları, dik yamaçları sanki düz yolda yürüyormuşçasına kolayca ve düşmeden tırmanmalarına her zaman hayran olmuşumdur. Kendi kariyer yolculuğumda da bir dağ keçisi misali, dik yamaçları, engelli yolları zorlanmadan, hedef gözleyerek, hep yukarı bakarak ama her zaman öğrenerek ve bu tecrübelerle birlikte yoluma devam edip, alanında en iyisi olanlardan olmak istiyorum."

**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

İŞ YAŞAMINDA KADINLARIN ÖNEMİ

Kadınların iş yaşamına katılımları ile ilgili de bazı öneriler sunup konu hakkında farkındalığı artırmayı amaçlamaktayım. Bu yazıda, kadınların iş yaşamına katılımıyla ilgili yazılanlarla ifade edilmeye çalışılan, kadınların şirketlere ve iş yaşamına katacakları bakış açıları ve akıllarıdır.

Hepimiz tarafından bilindiği gibi, kadınlar dünya nüfusunun yarısına yakın bir kısmını oluştursa da kurumsal hayatta ayrımcılığa uğramakta ve hak ettiği yeri elde edememektedir. İşe alımlarda, ücret ödemelerinde, performans değerlendirmelerinde, üst düzey yöneticiliğe atama süreçlerinde ve girişimcilikte erkekler kadınlardan çok daha avantajlı durumdadırlar.

1. Cam Tavan

İş yaşamında kadınların başarı ve becerilerine rağmen engellenmesi, literatürde “cam tavan” kavramı olarak adlandırılmaktadır. “Cam tavan”, bir bireyin kariyer basamaklarını çıkarken iş hayatında üstün bir ırk ya da cinsiyet gibi açıkça ifade edilemeyen nedenlerden dolayı görünmez bariyerlerle karşılaşması anlamına gelen bir metafor olarak kullanılmaktadır. İlk kez 1986 yılında Wall Street Journal tarafından kaleme alınan bu ifade; erkeğin çalışıp para kazanan, kadının ise çocuk ve ev işleriyle uğraşan cinsiyetler olarak kabul

edildiği ataerkil toplumlarda daha da gözle görülür bir hâldedir.

OECD, Dünya Ekonomik Forumu, Avrupa Komisyonu ve diğer birçok kurumun yaptığı araştırmalar, iş yaşamındaki cinsiyetler arası uçurumun kısa vadede kapatılamayacak kadar yüksek olduğunu ve hiçbir ülkede cinsiyet eşitliğinin tam olarak sağlanamadığını ortaya koymaktadır.

2. Araştırmalar Ne İfade Ediyor?

Avrupa Komisyon’unun yaptığı araştırmaya göre kadın çalışanların saat bazlı ücretleri erkeklerinkine göre %17 daha azdır. Başka bir deyişle kadın çalışanlar, erkek çalışanlarla kıyaslandığında yılda yaklaşık 2 ay ücretsiz olarak çalışmaktadırlar.

Eurostat 2021 verilerine göre Avrupa ülkelerinde erkek istihdam oranı kadınlarınkinden daha fazladır ve çocuk sayısı arttıkça istihdam eşitsizliği de artmaktadır. Örneğin, en fazla iki çocuğu kadınların istihdam oranı %74 iken erkekler için bu oran %92’dir. Öte yandan üç çocuklu kadınların istihdamı %59’a düşmekte ancak üç çocuklu erkeklerin oranı %86 seviyesinde kalmaktadır.

3. Avrupa’da Durum Nasıl?

İlk olarak 2003 yılında Norveç’in kamu ve halka açık şirketlerin yönetim kurullarının

%40’ının kadın üyelerden oluşma zorunluluğunu ortaya koymasıyla beraber günümüzde Fransa, Belçika, İtalya ve İzlanda’da da benzer uygulamalar yapılmaktadır. Avrupa Komisyonu verilerine göre 2018 yılında kadınların halka açık şirketlerin yönetim kurullarında bulunma oranı %26,7’ye ulaşsa da cinsiyet eşitsizliği son 7 yıl içerisinde yalnızca %1 azalabilmiş durumdadır.

Girişimcilikte ise finansman kaynağına erişimde ayrımcılık ve toplumsal cinsiyet rolleri gibi faktörler dolayısıyla kadın girişimciler, Avrupa’daki girişimcilerin yalnızca %30’unu oluşturmaktadır.

Dünya Ekonomik Forumunun Küresel Cinsiyet Uçurumu 2022 raporuna göre cinsiyet eşitsizliği pandemi ile birlikte daha da artmıştır. Güncel şartlar esas alındığında tüm dünyada cinsiyet eşitliği ancak 132 yıl sonra kapanabilecektir. 146 ülkeyi kapsayan araştırmada cinsiyet eşitliğinde ülkemiz 124. Sırada yer almaktadır. Hâlbuki araştırmalara göre OECD ülkelerinde kadın iş gücünün 2025 yılına kadar erkeklerle aynı orana gelmesi, OECD ülkelerinin GSYH’sini 28 trilyon dolar katkı sağlayacaktır (McKinsey).

4. İş Yaşamında Kadının Şirkete Kattığı Değer

Diğer yandan Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 2022 çalışmasına göre kadın istihdamı, özellikle pandemiyle beraber eğitimin de sınırlandırılmasıyla daha azalmaktadır. Öyleki pandemi sürecindeki işten çıkarılma verileri, yine kadın çalışanların erkek çalışanlara oranla daha çok işini kaybettiğini vurgulamaktadır. Halbuki, yine ILO'nun 2019 yılında yürüttüğü başka bir araştırması kadınların iş dünyasına katkılarının hiç de azımsanamayacak olduğunu ortaya koymaktadır. 70 ülkeden 13.000 işletme üzerinde yapılan regresyon analizine göre;

■ Yönetim kurullarında kadın üye sayısı arttıkça şirketlerin iş akışları %20 iyileşmektedir.

■ Kadın istihdamının yanı sıra özlük haklarında ve şirket politikalarında da cinsiyet eşitliği sağlayan firmalarda verimliliğin yükselme olasılığı %62,6 artmaktadır.

■ Yetenekli çalışanları elde tutma olasılığı %59,7 artmaktadır.

■ Şirket itibarının artma olasılığı %57,9 artmaktadır.

■ Tüketici talebini daha doğru takip etme olasılığı %37,9 artmaktadır.

Ülkemizde de kadınların iş yaşamına aktif katılımları ile ilgili birtakım politika ve uygulamalar geliştirilmeye çalışılmakta ancak kamu-özel sektör, finans kurumları, sivil toplum kuruluşlarının birlikte harekete geçme hızı düşük kaldığından istenilen noktaya gelinememektedir. Bunun yanında ülkemizden, küresel şirketlerin üst yönetimine atanan birçok başarılı kadın hepimiz için gurur vericidir.

Sonuç olarak her şeyden önce dünya ölçeğinde, kadınların ekonomik hayata katılımının engellenmesinin insan haklarına aykırı olduğu unutulmamalıdır. Devletler kadınların her kademeye



istihdamını artırmaya yönelik kanun ve teşvikler yürürlüğe koysa da toplumsal ön yargılar nedeniyle fırsat eşitliği tam anlamıyla sağlanamamaktadır. Rekabetin her geçen gün daha da kızıştığı bir pazarda, cam tavanı kırıp kadınları yetenek havuzuna dâhil etmenin ve yetkin insanlardan yararlanmanın hem şirketlere hem de toplum refahına fayda sağlayacağı kanıtlanmış bir gerçektir.

5. Neler Yapılabilir?

■ OECD, Avrupa Komisyonu gibi kurumlar ile bu kurumların yönlendirmeleriyle uluslararası ve ulusal bazı kurumlar çalışmalar yürütmektedirler. Ancak ülkemizde kadınların iş yaşamına katılımını teşvik ederek bazı politikalar geliştirebiliriz.

■ İşe belli büyüklüklerin üstündeki şirketlerden başlanabilir. Örneğin, bağımsız denetime tabi şirketlerde kadın yönetim kurulu üyesi zorunlu hâle getirilebilir. Bu büyüklüklerin altındaki şirketlerde ise ihtiyari olabilir. Şirketlerde, şirket yönetim kurullarına kadın üye alınmasına vergisel teşvik verilebilir. Kadın üye oranına ve eğitim düzeyine göre bu teşvik artırılabilir. Kadın yönetim kurulu üyesi bulunan şirketler kurumlar

vergisini indirimli olarak verebilir. Kadın yönetim kurulu üyelerinin şirketten elde edecekleri vergiye tabi kazançlardaki vergi oranı ayrı olarak düzenlenebilir ve 0 olarak belirlenebilir.

■ Kadın yönetim kurulu üyelerinin ve üst düzey kadın yöneticilerin (şirketten ücret, huzur hakkı vs. almak şartıyla) şirketlerde olması teşvik edilebilir. Bu durum, özellikle aile şirketlerinde ve KOBİ ölçeğindeki şirketlerde, ailedeki kadınlar için çok özendirici olabilecektir. Kadın yönetim kurulu üyesinin üniversite mezunu olması, değil ise üniversiteler ile iş birliği içinde, üniversitelerin “sürekli eğitim merkezleri” aracılığıyla belirli süreli “Sertifikalı Eğitim”e tabi tutulması gibi konular vergisel teşvikte etken hâline getirilebilir.

■ İllerdeki Ticaret/Sanayi Odaları ile üniversiteler arasında iş birliği ile bu eğitimler çeşitlendirilip ihtiyaca uygun hâle getirilebilir.

Bu öneriler tabi ki geliştirilebilir ama önemli olan kadınların iş yaşamlarına aktif katılımlarını her platformda dile getirmeli ve sürekli gündemde tutmalıyız.



SİRKETLERDE KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM (I)

Çalışma ortamı ve iş yapış biçimleri son yıllarda büyük ölçüde değişti. Dünyada hareketlilik daha da arttı, fiziksel olmasa bile dijitalleşme üzerinden işletmelerin ve çalışanlarının ülkeler ve kıtalar arasında sorunsuz bir şekilde dolaşmasına olanak sağlandı. Uzaktan çalışmanın yükselişi, bir iş gününün artık coğrafi konumla sınırlı olmadığı anlamına geliyor. Bu değişiklikler, günümüzün işyerlerinin, birçok farklı kültürden ve geçmişten gelen iş arkadaşlarının yan yana çalıştığı harika bir çeşitlilik ve kapsayıcılık özelliklerini ortaya çıkardı.

Bu, çalışma deneyimini zenginleştiren ve içinde yaşadığımız hareketli ve çok kültürlü dünyayı yansıtan olumlu gelişmelerdir. İşin doğasında ve doğalında olan bazı zorlukları da beraberinde getirebilir. Farklı kültürlerin farklı normları olabilir ve bu faktörler ve daha fazlası yanlış iletişime yol açabilir ve bu da çalışanlar için yanlış anlaşılmalara ve strese sebep olabilir.

Kültürlerarası İletişim Nedir?

En yalın ifadeyle, iletişim farklı kültürel ve sosyal gruplar arasında gerçekleştiğinde, kültürlerarası iletişimin temelini oluşturmuşuz demektir. Farklı

geçmişlere sahip insanlar arasındaki iletişimi kapsar. İletişim stilleri kültürler arasında büyük farklılıklar gösterebilir. Bazı kültürlerde, işyeri daha resmidir ve yöneticilere veya iş sahiplerine her zaman 'X hanım', 'Y Bey' olarak hitap edilirken, diğer kültürlerde işler çok daha formalite dışı olabilir ve her düzeydeki çalışan birbirine ilk adıyla hitap eder. Yüz ifadelerinin anlamı da kültürler arasında farklılık gösterebilir ve bazı kültürlerin diğerlerinden daha anlamlı olduğu da zannedilebilir.

Bu gibi yüzlerce kültürel farklılıkları dikkate almak ve bu bilgiyi iletişim becerilerini ve kültürler arasındaki anlayışı geliştirmek için kullanmak, iyi bir kültürlerarası iletişimin anahtarını oluşturur.

Şirketlerde Kültürlerarası İletişimin Önemi Nedir?

Kültürlerarası iletişimi şirketler için büyük önem taşıyan bir konuma iten en önemli faktör, uzaktan çalışmanın yükselişidir. Şirketler artık dünyanın herhangi bir yerinden işe alım yapabiliyor ve coğrafi konumdan bağımsız olarak kendilerine uygun yetenekleri çekebiliyorlar. Küreselleşme aynı zamanda insanların farklı ülkelerde ve kültürlerde çalışması için bir çok fırsatın olduğu anlamına

da geliyor. Bu faktörler doğal olarak farklı geçmişlere sahip insanların yan yana çalışmasına yol açmakta ve bu da kültürlerarası iletişimin önemini gündeme getirmektedir. İyi bir kültürlerarası iletişim hem işyerinde olası çatışmaları önlemek hem de bunları çözmek için çok önemlidir. Kültürel iletişim bakış açısı hem olası engelleri aşmak hem de farklı kültürel normlara ilişkin bir farkındalık geliştirmek için ideal bir araçtır. Çeşitli iş gücüne sahip şirketler için önemli faydalar vardır. Bir şirket farklı geçmişlere sahip çalışanları ekibe kattıklarında masaya gelebilecek çok sayıda perspektif için alan sağlar. Böylelikle çeşitli bakış açılarının şirketleri daha yenilikçi hale getirdiği görülmektedir.

Etkili kültürler arası iletişim, işyerinde kapsayıcılık duygusunu teşvik eder ve bu da çalışanların şirkette kalma oranlarını artırmaya ve işe devamsızlığı azaltmaya yardımcı olur. Dahil edildiğini ve değer verildiğini hisseden çalışanların farklı bir iş arama olasılığı çok daha düşüktür ve hatta daha az hastalanıp daha az izin almaya başlarlar. Bir şirketin küresel ölçekte başarılı olması ve ekip liderleri ile yöneticilerin iş gücünde en iyileri ortaya çıkarması için kültürlerarası iletişimin önemini anlaması

ve buna göre hareket edilmesi gerekir.

Kültürlerarası İletişim Becerilerini Geliştirmek İçin Bazı İpuçları Nelerdir?

Kültürlerarası iletişimin önemine kısaca değindiğimize göre, yapılacak bir sonraki şey kendimizin, ekibimizin ve genel olarak organizasyonumuzun iletişim becerilerini geliştirebileceğiniz ipuçlarına bakmaktır.

■ Yenilikler konusunda esnek olun

Birçoğumuzun eğilimli olduğu bir konu, işleri yapma şeklimizin doğru olduğunu ve başka türlü yapmanın yanlış olduğunu düşünmektir. Bu hem bireysel hem de organizasyonel düzeyde gerçekleşebilir. Çoğu zaman fark etmediğimiz şey, bir şeyleri yapmanın bu yollarının genellikle köken olarak kültürel veya hatta kişisel geçmişimize özgü olmasıdır. Aslında bir şeyler yapmanın birden fazla yolu bulunabilir. İşlerin gidişatının tek yol ya da bizim bildiğimiz yolun en doğru yol olduğunu varsaymak yerine, diğer fikirlere ve bakış açılara açık olalım. Bu daha geniş yaklaşım, yeni içgörüler sağlayabilir ve aslında bir şeyleri yapmanın birden çok yolu olduğunu ve hatta önceki yöntemlerin kültürel farklılıkları hesaba katmadığını anlamamıza yardımcı da olabilir. Kendi yöntemlerimize katı bir şekilde bağlı olmamak ve başka bakış açılarını dikkate almanın şirketinizin işleri yapma ve karar verme şeklini değiştireceğini düşünüyorsanız, onunla devam edin.

■ Çeşitlilik anlayışını teşvik edin
Herhangi bir işyerinde, bir kültürün en yaygın olacağı



neredeyse kesindir. Bu, çoğunlukla ofisin konumundan veya şirketin menşe yerinden kaynaklanmaktadır. Bu daha baskın kültür, bir organizasyon içindeki kültürlerin çeşitliliği hakkında bir anlayışa sahip olmadığında iletişimsizlikler ve farklılıklar ortaya çıkabilir. Bir şirketteki çalışanların farklı kültürler hakkında bilgi edinmesi ve değerlerin, inançların bunlar arasında nasıl farklılık gösterebileceğini anlamasına teşvik edilmelidir. Farklı sosyal normları, yaşam biçimlerini ve tarihi anlamak için diğer kültürler hakkında okumak, gözlemlemek, anlamaya çalışmak faydalı olur.

Bu anlayış daha sonra müşterilerinizle olan etkileşimlerinize aktarılabilir.

Kültürel açıdan önemli tarihlerin farkında olmak ve kendi kültürel takvimlerimizdeki önemli tarihlerin yanı sıra işyerindeki diğer kültürler için önemli olan takvimleri de hatırlamak yerinde olacaktır.

■ Bire bir etkileşimi teşvik edin

Farklı kültürler hakkında okumak ve kendi kendini eğitmek siz ve ekibiniz için önemlidir ve en iyi başlangıç noktasıdır, ancak bundan daha da iyisi doğrudan bire bir etkileşimdir. İş arkadaşları birbirleriyle doğrudan iletişim kurduğunda, birbirlerinin kültürünün inceliklerini anlamak çok daha kolaydır. Meraklı olmak ve soru sormak bu sohbetleri anlamlı ve ilginç kılabilir. Bu tür açık iletişim ve kişisel etkileşim aynı zamanda çalışanların birbirleriyle rahat hissetmelerini sağlamanın paha biçilmez bir yoludur. Birisi bir kuruluşta yeniye ve farklı bir kültürel geçmişe sahipse, endişeli hissedebilir ve başkalarıyla nasıl ve ne zaman iletişim kuracağından emin olmayabilir. Bu durum bireyleri birbirleriyle iletişim kurmaya teşvik ederek, yeni başlayanların kendilerini daha fazla evlerinde hissetmelerine yardımcı olacaktır.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

ŞİRKETLERLE İLGİLİ İSTİHBARAT VERİSİ EDİNMENİN 8 PRATİK YOLU

İş hayatında herhangi bir şirketle ticari amaçlı diyalog başlatmadan önce karşı tarafla ilgili istihbarat verisi toplamak çok önemlidir. Topladığınız istihbarat verisi masada ticari koşullar konuşulduğunda sizi güçlendirecek, belki de bu veriler sizi karşı tarafla hiç iş yapmamak konusunda en baştan uyarıyor olacaktır. İstihbarat toplamayı düzenli bir alışkanlık haline getirip, birlikte iş yaptığınız firmalar, rakipler, tedarikçiler ve müşteriler ile ilgili elinizdeki veriyi en az senelik frekanslarla güncelliyor olmalısınız. Bu ayki yazımda yerli ve yabancı şirketlerle ilgili istihbarat toplamak için internette bulunan hangi ücretsiz kaynakları nasıl kullanabileceğinizi örneklerle paylaşıyorum.

1 Şirketin ticaret sicilinin incelenmesi: Bir şirketin yönetilmesi sürecinde bazı önemli konular olağan veya olağanüstü Genel Kurulun toplanmasını ve konulara ilişkin kararların ticaret siciline tescil edilmesini gerektirmektedir. Şirketlerin ticaret sicillerindeki hareketleri görüntülemek için öncelikle <https://www.ticaretsicil.gov.tr/view/hizlierisim/unvan-sorgulama.php> adresinden ünvan kullanılarak sicil numaraları temin edilmeli, ardından aynı site

üzerinde sorgu yapılarak şirketin sicilindeki tüm kayıtları listelenmelidir. Tarihsel olarak bu kayıtlar şirketin kurulduğu günden bugüne kadar Yönetim Kurulunda yer alan kişilerin açık isimlerini, şirketin bugün ve geçmişteki kayıtlı sermayesini, geçmiş Genel Kurullarda aldığı kararları gösterecektir. Halka açık şirketler için ise belirli aralıklarla KAP'a sundukları raporlardan daha kapsamlı bilgilere ulaşmak mümkündür. Yurt dışındaki bir şirket için benzer bir araştırmayı yapmak isterseniz, Türkiye'deki Ticaret Sicilinin benzerleri gelişmiş ülkelerin çoğunda mevcuttur. Örneğin, Birleşik Krallık'ta Companies House nezdinde sorgulama yapmak için <https://find-and-update.company-infor->

[information.service.gov.uk/](https://www.information.service.gov.uk/) adresli servis kullanılabilir. İnternet çağına henüz tam olarak adapte olamamış ülkelerde ise Türkiye Büyükelçilikleri nezdinde çalışan Ticaret Ataşelikleri bulunduğu ülkede sizin istihbarat edinmeniz için size fayda sağlıyor olacaktır.

2 Şirketin son 3 yılda her yıl ne kadar kazanç elde ettiğinin sorgulanması: Şirketler Kurumlar Vergisi mükellefidir. Her vergi yılının sonunda (31 Mart itibarıyla) önceki 12 ay içerisinde elde ettikleri net kazanç üzerinden devlete vergi öderler. E-devlet'teki e-Vergi Levhası Sorgulama fonksiyonu sayesinde Vergi Kimlik Numarası ve ilişkili Vergi Dairesini bildiğiniz tüm şirketlerin önceki 3



vergi yılında ne kadar vergiye tabi kazanç beyan ettiklerini öğrenebilirsiniz.

3 Yabancı şirketlerin Dun & Bradstreet verisinin incelenmesi: Dünya genelinde orta ve büyük ölçekli şirketlerin çoğu 'D&B D-U-N-S numarası' ile ilişkilendirilmiş bir dosyaya sahiptir. Uluslararası arenada kredibilite inşa etmek isteyen şirketler bu dosya üzerinde önemli bilgilere yer vermektedir. Siz de inceleyen taraf olarak şirketin finansal durumu veya geçmiş performansı ile ilgili hassas nitelikte bilgilere erişebilirsiniz.

4 Şirket organlarında yer alan kişilerin iletişim bilgilerinin bulunması: İstihbarat topladığınız şirketin Yönetim Kurulunda yer alan bir kişiye veya şirketin Genel Müdürüne herhangi bir sebeple ulaşmanız gerekiyorsa şirketin santral hattını aramak ve istediğiniz kişinin adını söylemek muhtemelen aklınıza gelecek ilk yöntem olacaktır. Bunu yapmanız halinde yüksek ihtimalle çağrınız ulaşmaya çalıştığınız kişiye o esnada aktarılmayacak, konu sekreterlerin masalarında yok edilecektir. Sıradaki seçenek kişiye doğrudan e-posta ile ulaşmak olacaktır. Peki ulaşmak istediğiniz kişinin kullandığı e-posta adresini nasıl bulacaksınız? Bu soruyu cevaplamak üzere kurulmuş yabancı bir internet girişimi mevcuttur. Adresi www.rocketreach.co 'dur. Rocketreach sistemindeki arama kutusunda e-posta adresini öğrenmek istediğiniz kişinin LinkedIn profil adresini kopyala-yapıştır yöntemiyle taşıyıp sorgularsanız, kişinin kullanmakta olduğu geçerli e-posta adreslerinin listesini ücretsiz olarak görüntüleyebilirsiniz. Rocketreach'in ücretsiz üyelik paketiyle her ay 5 kişinin e-posta



adres bilgisini görüntüleme hakkına sahipsiniz.

5 Şirketin internet üzerindeki iş hacmiyle ilgili verilerin elde edilmesi: İstihbarat topladığınız şirketin internet üzerinde yürüyen satış operasyonları varsa, internet sitesinin her ay kaç defa ziyaret edildiğini, bu ziyaretlerin hangi ülkelerden geldiğini, ziyaretlerin hangi platformlardan yönlendirildiğini İsrail merkezli teknoloji girişimi www.similarweb.com 'u kullanarak ücretsiz bir şekilde öğrenebilirsiniz.

6 Şirketin web sitesinin yayınlanmaya başladığı günden bugüne kadar nasıl güncellemeler aldığı öğrenilmesi: Günümüzde web siteleri şirketlerin bir numaralı vitrinleridir. Süslü bir vitrin kimi zamanlar aldatıcı olabilir. Bu bakımdan bir web sitesinin yayına başladığı ilk günden bugüne kadar nasıl değişim gösterdiğini incelemenizi tavsiye ediyorum. İlk günkü bilgiler ile bugünkü bilgiler arasında ciddi tutarsızlıklar görüyorsanız bu durumun üzerine gitmeniz gerekebilir. Bir web sitesinin yayınlanmış versiyonları arasında nasıl değişimler bulunduğunu web.archive.org

adresli ücretsiz servisi kullanarak görüntüleyebilirsiniz.

7 Şirketin internet üzerinde nasıl bir reklam stratejisi uyguladığının öğrenilmesi: Web sitelerinin arama motorlarında ve internet siteleri üzerinde hangi görselleri ve reklam içerik metinlerini kullanarak trafik yaratmaya çalıştığını www.semrush.com 'u kullanarak öğrenebilirsiniz. Semrush üzerinde web sitelerini sorgulayarak internet üzerinde yayında olan reklamlarını görüntüleyebilirsiniz.

8 Şirketin müşteri memnuniyeti konusundaki hassasiyeti ile ilgili bilgi edinilmesi: Türkiye'de şirketlerin müşteri memnuniyeti konusundaki performanslarını www.sikayetvar.com gibi web siteleri üzerinden incelemek mümkündür. Yurt dışındaki şirketler için ise, www.trustpilot.com üzerinden veya şirketin isminin Google arama motorunda aratılması sonrasında görüntülenen 'Google My Business' profilinde yer alan müşteri yorumlarını inceleyerek öğrenmek mümkündür.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Nisan Pazartesi

- 16-31 Mart 2023 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

11 Nisan Salı

- 16-31 Mart 2023 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

17 Nisan Pazartesi

- Mart 2023 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Varlık Barışı Kapsamında Mart 2023 Dönemine Ait Sorumlu Bankalar ve Aracı Kurumlar Tarafından Yurt Dışında Sahip Olunan Varlıklara İlişkin Vergi Beyannamesinin Verilmesi ve Ödemesi

20 Nisan Perşembe

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

25 Nisan Salı

- 1-15 Nisan 2023 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Nisan Çarşamba

- 1-15 Nisan 2023 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2023 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi (GVK 98. Mad. 3. Fık. Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Ocak-Şubat-Mart 2023 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2023 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

28 Nisan Cuma

- Mart 2023 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2023 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Ekonomist

ekonomist.com.tr @ekonomistdergi EkonomistDergisi ekonomist_dergisi

BİR YILLIK BASILI DERGİ ABONELİĞİ (26 SAYI)

780₺

ÜCRETSİZ KARGO İLE ADRESE TESLİM!



- Kampanya stoklar ile sınırlıdır. Doğan Burda kampanya koşullarını değiştirme ve kampanyayı bitirme hakkını saklı tutar.
- Kampanyada belirtilen koşullar www.dergiburda.com sitemizden yapılan satışlar için geçerlidir.



DOĞAN BURDA DERGİ

www.dergiburda.com

okurhizmetleri@doganburda.com

0212 478 03 00





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.

