

KOBİ

 Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

EKİM 2024

KADIN KOOPERATİFLERİNE HİBE YAĞMURU

KADIN
KOOPERATİFLERİ
TÜRKİYE'YE
YAYILIYOR

HANGİ ÜRÜN
VE HİZMETLER
ÜRETİLİYOR?

RUSYA PAZARINA GİRİŞTE DESTEK SUNUYOR

“YAPAY ZEKÂ VE İHRACATLA BÜYÜYECEĞİZ”

GLOBAL STARTUP AWARDS (GSA) ÖDÜLLERİ VERİLDİ

KATILMA
KOŞULLARI
NELER?



Kadın kooperatiflerine destek çoğalmalı

Türkiye, ne yazık ki pek çok alanda gerçek potansiyelini kullanamıyor. Oysa hem demokrasimizi hem de refahımızı artıracak olan adımlar belli:

Evrinsel hukuk ilkelerinin işlenmesi, gelir dağılımındaki bozukluğun giderilmesi, verginin adaletli biçimde tabana yayılması, katma değerli üretimin artması, nitelikli iş gücünün ülke içinde kalması ve belki de en önemlisi kadının sosyal ve ekonomik hayatındaki görünürlüğüne artması...

Gerçekten de nüfusun yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayata dahil olması, hem istihdam hem de girişimcilik anlamında iş hayatının bir parçası haline gelmesi, Türkiye'nin kalkınması, daha medeni ve refah dolu bir hayat için olmazsa olmaz.

Oysa rakamlara baktığımızda, tablo geçmişe nazaran düzelme gösterse de, küresel ölçekte pek parlak değil.

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre 2024 başı itibarıyla Türkiye'de kadınlar toplam nüfusun yüzde 49,9'unu oluşturuyor. Buna karşın Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan İşgücü İstatistikleri'ne göre, 2023 sonu itibarıyla Türkiye'de 15 yaş ve üzeri istihdam edilen 32 milyon kişinin yalnızca yüzde 32,9'u kadınlardan oluşuyor. Diğer bir ifadeyle istihdam edilen her 100 kişiden yalnızca 33'ü kadın...

Bu oranla Türkiye kadın istihdamında Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üyesi ülkeler içerisinde son sırada yer alıyor. OECD ülkeleri içerisinde kadın istihdam oranı ortalama yüzde 51 olurken, İzlanda yüzde 68,8 ile bu alanda ilk sırada yer alıyor.

Yine TÜİK verilerine göre, Türkiye'deki kadınların yalnızca yüzde 1,8'i işveren kategorisinde yer alıyor. Kendi hesabına çalışanlar da katıldığında, istihdam edilen kadın sayısı 10 milyon 546 bin iken girişimci kategorisinde olan kadın sayısı 1 milyon 170 bin olarak açıklanmış durumda. Yani istihdam edilen her 10 kadından yalnızca 1'i girişimci statüsünde bulunuyor.

Bu tabloyu tersine çevirmek mümkün...

Bunun için son 20 yılda sayıları bine ulaşan kadın kooperatiflerinin başarısına bakmak gerekli. Türkiye'de ilk kez 2000'li yılların başında ortaya çıkan kadın kooperatifleri tekstilden çocuk bakımına, lokantacılıktan kozmetik üretimine pek çok alanda faaliyet gösteriyor. Kadın kooperatifleri özellikle dar gelirli kadınların, kendi ihtiyaç ve önceliklerine uygun olarak kendileri için hizmetler ürettikleri, sosyal ve ekonomik alanlarda ortaklaşa girişimlerde bulundukları yerel yapılar olarak öne çıkıyor.

Son yıllarda kamunun da kadın kooperatiflerine olan desteği artıyor. Hibe programları ile ülkenin dört bir yanındaki kadın girişimciler için finansman ve altyapı imkanları sağlanıyor. Yeterli mi? Elbette değil, ama çok önemli bir başlangıç. Önümüzdeki dönemde sadece kamunun değil, özel sektörün de kadın kooperatiflerine olan desteği artırmayı, çeşitlendirmesi topyekun Türkiye'nin daha iyi günlere ulaşmasında çok önemli bir itici güç olacaktır.

Sağlıkla kalın.

KOBİ **#Garanti BBVA**

GİRİŞİM

Ekonomist EKONOMİ, İŞ VE FİNANS HABER DERGİSİ

DB DOĞAN BURDA DERGİ

YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayincılık ve Pazarlama A.Ş.

GENEL MÜDÜR Cem M. Başar
YAYIN DİREKTÖRÜ Sedat Seçkin Büyük
GENEL YAYIN YÖNETMENİ (Sorumlu) Talip Yılmaz
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ Gözde Yeniova Saylak
HABER MÜDÜRÜ Aram Ekin Duran
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

HABER MERKEZİ
Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü),
Burcu Tuvaş (Haber Editörü),
Sibel Atık (Haber Editörü), Ceren Oral Balaban
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ
Funda Demirci Ayan

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 577 31 56
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ Eren Demir
REKLAM
REKLAM VE ETKİNLİK GRUP BAŞKANI
Ali Erman İleri
REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCISI
Seda Erdoğan Dal, Neyran Çınar
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Burcu Acavut, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Maya Yılmaz, Mürvet Yılmaz
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0212 336 53 61-62

HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ Aysel
Şener Tel: 0 212 336 53 75
REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ
Hülya Erdoğan Tel: 0 212 336 53 72
REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Sezinur Balıkcıoğlu
REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey Tel: 0 312 577 31 56

ETKİNLİK ve MARKA YÖNETİMİ
ETKİNLİK ve PROJE KOORDİNATÖRÜ Nihal Ayan
MARKA YÖNETMENİ Nil Özarpak

YÖNETİM YERİ
Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

BASKI
Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08
www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716

DAĞITIM
Türkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık

FİPP üyesidir.

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

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

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300

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



Türkiye’de ilk kez 2000’li yılların başında ortaya çıkan kadın kooperatifi modeli, kadınlar için bir sosyal girişim modeli olarak son 20 yılda hızla yaygınlaştı ve ülke genelinde kadın kooperatiflerinin sayısı 2024’te bine ulaştı. Tekstilden çocuk bakımına, lokantacıktan kozmetik üretimine pek çok alanda faaliyet gösteren kadın kooperatifleri, yerel ekonomiye damgasını vuruyor. Kadın kooperatifleri özellikle dar gelirli kadınların, kendi ihtiyaç ve önceliklerine uygun olarak kendileri için hizmetler ürettikleri, sosyal ve ekonomik alanlarda ortaklaşa girişimlerde bulundukları yerel yapılar olarak öne çıkıyor.



Türk mühendisler tarafından geliştirilen ürünleriyle 30’dan fazla ülkeye yazılım ihrac eden Bimsen, 12 milyon dolarlık cirosunu yıl sonunda TL bazında ikiye katlarken cironun yüzde 20’sini ihracattan elde etmeyi hedefliyor. Bimsen CEO’su Murat Atıcı; “Yapay zekâyı ürünlerimize entegre eden projeler üzerinde çalışıyoruz” diyor.



Endüstriyel otomasyon ve malzeme taşımacılığı alanında çözümler geliştiren ve yıllık 500 adet robot üretimi kapasitesine ulaşan Bluepath Robotics; 2024’ü 6 milyon Euro, 2025’i 10 milyon Euro ciroyla kapatmayı hedefliyor.

05 AYDINLATMA

Waxy Design Studio ABD ile MENA’da büyüyecek

06 PANO

08 KAPAK KONUSU

Kadın girişimciye ‘kooperatif’ fırsatı

12 START UP

Girişim ekosisteminin en iyileri ödüllendirildi

15 KOZMETİK

Cilt bakım ürünlerini yurtdışına taşıyacak

16 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik Raporu’nu yayınladı

18 YAPAY ZEKA

“Yapay zekâyla ve ihracatla büyüyeceğiz”

20 PERAKENDE

“Yurtdışının cirodaki payı yüzde 30-35’e çıkacak”

22 DANIŞMANLIK

“Yerli markaları ABD pazarına açıyoruz”

24 ROBOTİK

Endüstriyel robotlarıyla globalde büyüyecek

26 ETKİNLİK

Yapay zekanın geleceği konuşuldu

28 ENERJİ

Üç ortakten enerji depolama yatırımı

30 KURUMSAL YÖNETİM

Aile şirketleri için başarı nasıl elde edilir?



2002 yılında kurulduğundan bu yana güçlenerek yolculuğuna devam eden KAGİDER, Sürdürülebilirlik Raporu’nu ilk kez yayınladı. Bugün Türkiye ekonomisinin yüzde 10’unu temsil eden derneğin yönetim kurulu başkanı Esra Bezircioğlu, bugüne kadar hayata geçirdikleri proje ve iş birlikleriyle iş dünyasındaki yüzbinlerce kadına etki ettiklerini açıkladı.

32 AR-GE

Sağlıklı yaşam için ‘mikro filiz’ üretiyor

34 PAZARYERİ

Türk girişimlerine Rusya pazarına girişte destek

36 YAZILIM

Araştırma sektöründe kendi yazılımını geliştirdi

37 BİTKİSEL ÜRETİM

Yeni tesis kurmaya hazırlanıyor

38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:

Şirketlerde İnsan-Veri İletişimi Yönetimi-II.Bölüm

40 Dr. Cem Ener:

Dropshipping iş modeli ile ilgili tüyolar

42 VERGİ TAKVİMİ



Waxy Design Studio ABD ile MENA'da büyüyecek

Waxy Design Studio Yönetim Kurulu Başkanı Kürşad Ayanlar; "MENA bölgesi ve ABD ana pazarlarımız. Avrupa ve Asya pazarlarına da giriş yapmayı planlıyoruz" diyor. Ayanlar; uzun vadede ise dünya çapında bilinen bir marka haline gelmeyi ve dekoratif aydınlatma sektöründe liderliği sürdürebilmeyi hedeflediklerini de kaydediyor.

36 yıl önce kurulan Bahar Aydınlatma; oteller, ticari binalar ve konut projeleri için özel üretim dekoratif aydınlatma çözümleri sunarken tasarımdan üretime ve montaja kadar komple hizmet sağlıyor. Şirketin kendi tasarım markası olarak hayata geçirdiği Waxy Design Studio ise özgün tasarımlarıyla projelere değer katan bir stüdyo konumunda bulunuyor.

Waxy Design Yönetim Kurulu Başkanı Kürşad Ayanlar; "Özgün tasarım koleksiyonlarımızı piyasaya sunuyor, mekanlara özgü aydınlatma çözümleri üretiyor ve prestijli projelerde yer alıyoruz" diyor. Fabrikasında yaklaşık 250 çalışanı olan Waxy Design Studio'nun yıllık üretim kapasitesi ise 50 bin dekoratif aydınlatma ürünü civarında. Kürşad Ayanlar; bu kapasitenin her yıl artan taleplere ve özel projelere cevap verebilecek şekilde esnek olarak düzenlendiğini kaydediyor.

"Avrupa ve Asya'ya giriş yapabiliriz"

2023 yıl sonunda hedeflediği ciroya ulaşan ve 2024 yıl sonu için yüzde 20'lik bir büyüme hedefi koyan Waxy Design Studio; özellikle uluslararası projelerde artan talep doğrultusunda ihracatını da artırmayı

KÜRŞAD AYANLAR



planlıyor. "Ana hedef pazarlarımız MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) Bölgesi ve ABD" diyor Kürşad Ayanlar; bu iki bölge dışında Avrupa ve Asya pazarlarına da giriş yapmayı planladıkları bilgisini veriyor. Ayanlar; özellikle lüks otel ve rezidans projelerinde daha fazla yer alarak büyümeyi hedeflediklerinin de altını çiziyor.

Özgün koleksiyonlarını genişletecek

Waxy Design Studio; beş yıl içinde global pazarlarda daha fazla varlık göstermeyi ve özellikle ABD ve MENA bölgelerinde büyümeyi hedefliyor. Aynı zamanda dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konularına daha

fazla odaklanarak, endüstride öncü bir rol üstlenmeye devam edeceklerini belirten Kürşad Ayanlar; Waxy Design Studio'nun özgün tasarım koleksiyonlarını genişletip daha fazla projede yer almayı planladıklarını bilgisini de veriyor. Ayanlar; "Uzun vadeli hedefimiz ise dünya çapında bilinen bir marka haline gelmek ve dekoratif aydınlatma sektöründe liderliği sürdürebilmek" diye konuşuyor.

Sürdürülebilirlik, kritik önemde

Pandemi sonrası dönemde, özellikle dekorasyon konusunda müşteri tercihlerinde önemli değişiklikler yaşandı. Pandemiyle birlikte daha fazla insanın mekanlarda hem işlevsel hem de estetik aydınlatma çözümleri aradığına değinen Kürşad Ayanlar; ayrıca sürdürülebilir malzemeler ve enerji verimliliği gibi unsurların da daha fazla önem kazandığına dikkat çekiyor. Bu durumun Waxy Design Studio'nun ürün gamını daha çevreci ve enerji verimli çözümlerle genişletmesine yol açtığına işarete eden Ayanlar, şöyle devam ediyor: "Sürdürülebilirlik, bizim için kritik öneme sahip. Üretim süreçlerimizde geri dönüştürülebilir malzemeler kullanmaya özen gösteriyoruz."

"Üretim süreçlerimize yapay zekâ teknolojilerini entegre ediyoruz"

"Yapay zekâ, özellikle tasarım ve üretim süreçlerinde bize büyük katkı sağlıyor. Yapay zekâ destekli simülasyonlarla, aydınlatma projelerinde optimum ışık dağılımını ve enerji verimliliğini önceden hesaplayabiliyoruz. Aynı zamanda üretim süreçlerimize kalite kontrol ve optimizasyon için yapay zekâ teknolojilerini entegre ediyoruz. Bu alan, gelecekteki stratejilerimizde önemli bir yer tutacak."



Garanti BBVA ve İGE'den ihracatta kadını destekleme paketi

■ Garanti BBVA ve İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE) iş birliğiyle ihracat yapan işletmelere sahip kadın girişimcilere yönelik İGE teminatlı kredi fırsatı sunulacak. Garanti BBVA şubeleri aracılığıyla kullanılacak teminat destekli kredi kapsamında toplam 250 milyon TL'lik kefalet desteği veriliyor. 24 aya varan vadelerle kullanılacak ticari kredinin başvuru tarihi 31 Aralık 2024'e kadar Garanti BBVA şubelerinden yapılabilecek. Kredi paketiyle ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, "İGE teminatıyla işletme sahibi kadın girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırmak için hayata geçirdiğimiz teminat destekli kredi imkanı ile mevcut katkılarımızı artırarak devam edeceğiz. Bu iş birliğiyle ihracat yapan kadın girişimcileri destekleyerek, yurtdışı pazarlarda daha fazla söz sahibi olmalarını ve ekonomiye katılımlarını artırmayı hedefliyoruz" dedi. İGE Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç ise, "Garanti BBVA ile yaptığımız bu iş birliğinin finansmana erişimi kolaylaştırmak, çeşitlendirmek ve ihracatımızı artırmak motivasyonu önümüzdeki yıllarda artarak devam edeceğine inanıyoruz" diye konuştu.

EGİAD'a girişimcilik ekosistemi ödülü

■ Girişimcilik Ekosistemi Ödül Töreni'nin ikincisi İTÜ Süleyman Demirel Kültür Merkezi'nde gerçekleşti. 500'ün üzerinde katılımcının yer aldığı Ödül Gecesinde EGİAD Melekleri de Yılın En Aktif Melek Yatırım Ağı seçildi. Türkiye girişimcilik ekosisteminin önde gelen isimlerinin katıldığı ödül töreni, StartupCentrum kurucu ortakları Müge Bezzin ve Nizamettin Sami Harputlu'nun açılış konuşmaları ile başladı. Açılış konuşmalarının ardından T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Sayın Zekeriya Çoştu, Türkiye'de girişimcilik ekosistemi hakkında çalışmalarını ve gelecek planlarını paylaştı. "StartupCentrum 2023 Türkiye Startup Ekosistemi Yatırım Raporu" verilerine göre belirlenen "Yılın En Aktif Yatırım Ağı" ödülünü EGİAD Melekleri Genel Koordinatörü Melisa İtmeç T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Zekeriya Çoştu'dan teslim aldı. Ödül sonrası bir açıklamada bulunan EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı Alp Avni Yelkenbiçer, "EGİAD Melekleri, sadece yatırım yapmakla kalmayıp, girişimcilerimize yol gösteren, onları küresel arenada rekabet edebilecek donanımlara sahip kılan bir yapı haline gelmiştir. Bu ödül, tüm ekosistem paydaşlarımızın ve üyelerimizin özverili çalışmasının bir sonucudur" diye konuştu.



BTM girişimine 2,2 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım



■ Tarım sektörünü dijitalleştirme ve modernize etme misyonuyla yola çıkan BTM girişimlerinden Agrovech Tarımda Yapay Zeka Platformu, 2,2 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım aldı. Sakarya merkezli Agrovech'e yine Sakarya'nın en köklü ve yenilikçi holdinglerinden Duyaroğlu Şirketler Grubu yatırım yaptı. Bu anlaşma, Sakarya'daki yerel işletmelerin üniversite kaynaklı girişimlere bugüne kadar yaptığı en büyük yatırım olarak tarihe geçti. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi akademisyenlerinin öncülüğünde kurulan Agrovech Tarımda Yapay Zeka Platformu'nun kurucusu Doç. Dr. Ali Furkan Kamanlı bu birlikteliğin Agrovech adına büyük bir öneme sahip olduğunu belirtti. Kamanlı, bu yatırımla sistemlerini geliştireceklerini ve global bir platform olmaya daha yakın olduklarını kaydetti. Duyaroğlu Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Berkan Duyaroğlu da yatırımla ilgili olarak, "Sakarya'da doğmuş ve büyümüş bir grup olarak, bölgemizden çıkan bu tür yenilikçi ve vizyoner girişimleri desteklemekten büyük mutluluk duyuyoruz" dedi.

■ Tarım sektörünü dijitalleştirme ve modernize etme misyonuyla yola çıkan BTM girişimlerinden Agrovech Tarımda Yapay Zeka Platformu, 2,2 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım aldı. Sakarya merkezli Agrovech'e yine Sakarya'nın en köklü ve yenilikçi holdinglerinden Duyaroğlu Şirketler Grubu yatırım yaptı. Bu anlaşma, Sakarya'daki yerel işletmelerin üniversite kaynaklı girişimlere bugüne kadar yaptığı en büyük yatırım olarak tarihe geçti. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi akademisyenlerinin öncülüğünde kurulan Agrovech Tarımda Yapay Zeka Platformu'nun kurucusu Doç. Dr. Ali Furkan Kamanlı bu birlikteliğin Agrovech adına büyük bir öneme sahip olduğunu belirtti. Kamanlı, bu yatırımla sistemlerini geliştireceklerini ve global bir platform olmaya daha yakın olduklarını kaydetti. Duyaroğlu Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Berkan Duyaroğlu da yatırımla ilgili olarak, "Sakarya'da doğmuş ve büyümüş bir grup olarak, bölgemizden çıkan bu tür yenilikçi ve vizyoner girişimleri desteklemekten büyük mutluluk duyuyoruz" dedi.

Picus Security 45 milyon dolarlık yatırım aldı



■ Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2013 yılında TÜBİTAK BİGG girişimcilik destek programıyla kurulan Turcorn 100 programına bu yıl kabul edilerek 15 Turcorn adayından biri olarak seçilen Türk siber güvenlik doğrulama şirketi Picus Security, 45 milyon dolarlık küresel ölçekli yatırım turunu

tamamladığını duyurdu. Şirket, bu yatırım turuyla birlikte toplam fon miktarını 80 milyon dolara yükseltti. Dünya çapında 500'den fazla kurumsal müşterisi bulunan şirket, Otomatik Sızma Testi, Siber İhlal ve Saldırı Simülasyonu (BAS) ve Saldırı Tespit Kuralı Doğrulama yeteneklerini aynı platformda bir araya getiren ilk ve tek Ofansif Güvenlik Doğrulama çözümünü sunuyor. Picus, birbirinden bağımsız olan risk verilerini ilişkilendirerek, siber güvenlik ekiplerinin kritik açıkları önceliklendirmesini, doğrulamasını ve kapatmasını kolaylaştırıyor. Picus, kuruluşundan bu yana birçok yeniliğe öncülük ederken, son olarak oluşturulan Ofansif Güvenlik Doğrulama alanında da lider konumuna yerleşti. Birbirinden kopuk olan siber güvenlik araçları ve veriler, Picus Exposure Data Fabric™ ve Picus Risk Dashboard'u besleyerek daha net bir siber risk resmi sunuyor.

ÜNLÜ & Co Kadın Teknoloji Girişimcileri Akademisi'nde yeni dönem



■ Kadın girişimciliğini desteklemek ve Türkiye'de teknoloji odaklı girişimcilik ekosistemini güçlendirmek amacıyla Türkiye'nin öncü finansal kuruluşlarından ÜNLÜ & Co ve Türkiye Girişimcilik Vakfı (GİRRAK)

iş birliğiyle başlatılan ÜNLÜ & Co Kadın Teknoloji Girişimcileri Akademisi programı, kadınlara yönelik önemli fırsatlar sunuyor. 23 Eylül'de açılan başvuru süreci, 28 Ekim tarihinde sona erecek. Program 2024-2025 döneminde katılımcılara finansal okuryazarlık, teknik ve girişimcilik eğitimlerinin yanında mentorluk, psikososyal destek ve yatırımcı odaklı etkinliklerle daha kapsamlı ve zengin bir deneyim sunmayı hedefliyor. Geçtiğimiz yıl Türkiye genelinden 15 takım ve 56 katılımcının yer aldığı ÜNLÜ & Co Kadın Teknoloji Girişimcileri Akademisi'nde kadın girişimciler; fintech, siber güvenlik, temiz enerji, sağlık teknolojileri, eğitim teknolojileri ve sürdürülebilir tarım teknolojileri gibi alanlarda geliştirdikleri yenilikçi projeleri için destek aldılar. Yeni dönemde de kadın girişimcilerin başarılarını artırmak için kapsamlı bir eğitim planı sunan program, ÜNLÜ & Co ve GİRRAK'ın farklı alanlardaki liderlerinden iş planı yapılandırma ve finansal okuryazarlık eğitimleri ile yoğun mentorluk desteği içeriyor. zamanda dünyaya değer katacak ve geleceği iyileştirecek amaçlara hizmet etmesine özen gösteriyoruz.”

Türkiye'de teknoloji girişimlerini destekleyecek

■ Uluslararası alanda çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren yaklaşık 80 yıllık bir şirket olan ALJ, 'J-START' Girişim Sermayesi Yatırım Fonu'nun lansmanını hızlandırmak adına Sabancı Holding'in girişim sermayesi şirketi Sabancı Ventures ile stratejik bir iş birliğine imza attı. Yeni girişim sermayesi fonu inovasyonu teşvik edecek ve Türkiye'deki erken aşama teknoloji girişimlerini destekleyecek. J-START Fonu, akademik kurumlardan gelen derin teknoloji girişimlerine öncelik verecek. Fon, Türkiye'nin derin teknoloji araştırma ve geliştirme alanındaki lider konumunun desteklenmesine katkıda bulunmayı amaçlıyor. Sabancı Üniversitesi'nde duyurulan fon, erken aşama girişimcilere kapsamlı destek sağlamak ve teknoloji odaklı girişimlere yatırım yapmak üzere tasarlandı. Hedeflenen inovasyon alanları arasında yapay zeka, ileri materyal teknolojileri, finansal teknolojiler, eğitim teknolojileri, akıllı şehirler, dijital sağlık, büyük veri analitiği ve siber güvenlik yer alıyor.



Türk Telekom'dan girişimcilik ve inovasyon adımı



■ Türk Telekom Ventures imzaladığı iş birliği sözleşmesi kapsamında dünyadaki 9 büyük operatörün dahil olduğu networke katıldı. 70'ten fazla ülkede faaliyet gösteren ve toplamda 1,5 milyarın üzerinde müşterisi bulunan 9 telekomünikasyon şirketinin yer aldığı "Alaian" networkü ile Türk Telekom, global girişimcilik ekosisteminin paydaşları arasındaki konumunu güçlendirirken, girişimlerin uluslararası düzeyde taranması, inovatif çözümler geliştirilmesi, sektöre fayda sağlayacak yenilikçi projelere yatırım yapılması konusunda global oyuncularla ortak çalışacak.



Yapay zeka girişimlerinin sayısı 7 yılda 15 katına çıktı

■ Türkiye'deki yapay zeka farkındalığını artırmak ve ekosistemini geliştirmek amacıyla kurulan "Türkiye Yapay Zeka İnisiyatifi"nin TRAI Girişimler Haritası yayınlandı. Açıklanan son verilere göre; 2024 yılının üçüncü çeyreğinde TRAI bünyesine 12 yeni yapay zeka girişi eklenmesiyle birlikte son yedi yılda Türkiye'deki yapay zeka girişimlerinin sayısı 15 kat artarak 362'ye ulaştı. 2017 yılında yalnızca 24 startup bulunan TRAI Girişimler Haritası'nda 2018'de 64, 2019'da 75 ve 2020'de 145 girişim eklendi. 2021'de 206, 2022'de 275 ve 2023'te 325 girişime ulaşarak önemli bir büyüme gösterdi. 2024 yılı ekim ayı itibarıyla, yapay zeka ekosisteminde girişim sayısının 362'ye ulaştığı haritada en yoğun kategoriler, Yapay Görü, Öngörü ve Veri Analitiği ile Makine Öğrenmesi oldu. En hızlı büyüme ise Üretken Yapay Zeka kategorisinde gerçekleşti. Yapay zeka girişimleri haritasına ilişkin değerlendirmelerde bulunan TRAI Direktörü Can Sinemli şunları söyledi: "Türkiye Yapay Zeka İnisiyatifi olarak, ekosistemimizi güçlendirmek ve yapay zeka farkındalığını artırmak için çabalarımızı sürdürüyoruz. Güncellenen TRAI Girişimler Haritamız, yapay zeka girişimlerinin hızla arttığını ve ülkemizin bu alandaki potansiyelinin bir yansımasını ortaya koyuyor."

KADIN GİRİŞİMCİYE 'KOOPERATİF' FIRSATI

Türkiye’de ilk kez 2000’li yılların başında ortaya çıkan kadın kooperatifi modeli, kadınlar için bir sosyal girişim modeli olarak son 20 yılda hızla yaygınlaştı ve ülke genelinde kadın kooperatiflerinin sayısı 2024’te bine ulaştı. Tekstilden çocuk bakımına, lokantacılıktan kozmetik üretimine pek çok alanda faaliyet gösteren kadın kooperatifleri, yerel ekonomiye damgasını vuruyor. Kadın kooperatifleri özellikle dar gelirli kadınların, kendi ihtiyaç ve önceliklerine uygun olarak kendileri için hizmetler ürettikleri, sosyal ve ekonomik alanlarda ortaklaşa girişimlerde bulundukları yerel yapılar olarak öne çıkıyor.

Nüfusun yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayata dahil olması, hem istihdam hem de girişimcilik anlamında iş hayatının bir parçası haline gelmesi, Türkiye'nin kalkınması, daha medeni ve refah içinde yaşaması için olmazsa olmaz... Ancak ne yazık ki, yıllar içinde kat edilen aşamalara rağmen, bu alanda hala istenen seviyede olmaktan uzak bir tablo çiziyoruz.

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (AD-NKS) verilerine göre 2024 başı itibariyle Türkiye'de kadınlar toplam nüfusun yüzde 49,9'unu oluşturuyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan İşgücü İstatistikleri'ne göre ise, 2023 sonu itibariyle Türkiye'de 15 yaş ve üzeri istihdam edilen 32 milyon kişinin yalnızca yüzde 32,9'u kadınlardan oluşuyor. Diğer bir ifadeyle is-

tihdam edilen her 100 kişiden yalnızca 33'ü kadın...

KADIN, İŞ DÜNYASININ NERESİNDE?

Bu oranla Türkiye kadın istihdamında Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üyesi ülkeler içerisinde son sırada yer alıyor. OECD ülkeleri içerisinde kadın istihdam oranı ortalama yüzde 51 olurken, İzlanda yüzde 68,8 ile bu alanda ilk sırada yer alıyor.

Kadınlar yalnızca çalışan olarak değil, işveren olarak da toplumda hak ettikleri yerden fersah fersah uzaktalar. Yine TÜİK verilerine göre, Türkiye'deki kadınların yalnızca yüzde 1,8'i işveren kategorisinde yer alıyor. Kendi hesabına çalışanlar da katıldığında, istihdam edilen kadın sayısı 10 milyon 546 bin iken girişimci kategorisinde olan kadın sayı-

sı 1 milyon 170 bin olarak açıklanmış durumda. Yani istihdam edilen her 10 kadından yalnızca 1'i girişimci statüsünde bulunuyor.

Tüm bu veriler, kadın istihdamı ve girişimciliğinde henüz gidilecek çok yol olduğunu gözler önüne seriyor. Bu noktada, son yıllarda sayıları giderek artan kadın kooperatifleri, Türkiye'nin dört bir yanında çalışmak isteyen, girişimci olmak isteyen, maddi özgürlüğünü kazanmak isteyen kadınlar için bir umut olmuş durumda. Türkiye'de kadın kooperatifleri ilk olarak 2000'li yılların başında kuruldu. 2001 yılında Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV) Kocaeli'nde Gölcük Şirinköy prefabrik bölgesinde kadın kooperatifi kurulmasına öncülük etti. Profesyonel mum ve ev tekstili üretim tesislerine sahip bir işletme olan tesiste otuz altı kadın

SİBEL KAYA / GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

“Kadının elini attığı her işin başarısı katlanıyor”



“Garanti BBVA olarak, kadının güçlenmesi, ekonomide daha fazla söz alması, toplumda ve iş hayatında adil ve eşit fırsatlara sahip olması amacıyla uzun yıllardır çalışıyoruz. Sürdürülebilirlik stratejimizin odaklarından birisi olan ‘kapsayıcı büyümeye’ yönelik çalışmalarımız doğrultusunda neredeyse 20 yıldır Türkiye’de ilk ve öncü olduğumuz Kadın Girişimci Programı’nı yürütüyoruz. Bütüncül bir yaklaşımla finansman sağlama, eğitim, cesaretlendirme ve yeni pazarlara açılma olmak üzere 4 temel başlıkta ele aldığımız çalışmalarımızın amiral gemisi ise Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması... Bu yıl yarışmamızda “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” ödülünü alacak girişimci 250 bin TL, “Türkiye’nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratıcı Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Teknolojide Gelecek Vadeden Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Kadın Sosyal Etki Girişimcisi” ve “Türkiye’nin Kadın Kooperatifi” kategorilerinin birincileri 200 biner TL’lik ödülün sahibi olacak. 2007’den bu yana kadın girişimcilerin el attığı her işte başarısının katlanarak arttığını gördük. Bu yarışmayı ‘kaybedeni olmayan’ bir yarışma olarak nitelendiriyoruz. Çünkü ülkemizde başarılarıyla dikkat çeken, tanınan birçok kadın girişimci Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’na başvurarak sesini ilk defa duyurdu.

10 BİNE YAKIN ÜYEYE ULAŞTI

Kadınların başarılarına dikkat çekerek rol modeller yaratan ve daha fazla kadının girişimci olmasını sağlayan yarışmamıza geçen yıl eklediğimiz Türkiye’nin Kadın Kooperatifi kategorisinde kadınlar tarafından kurulan ve işletilen, kadınlar üzerinde ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan olumlu etkiler yaratma odaklı çalışmalar yapan kadın kooperatifleri yarışıyor. Türkiye’de 900’ü aşkın kadın kooperatifi ve bu kooperatiflere bağlı 10 bine yakın üye var. Kadın kooperatiflerinin pozitif olarak desteklenmesiyle etki alanlarının artacağına inanıyoruz. Anadolu’da kısıtlı imkânlarla çok büyük işler başaran, bulundukları bölgenin istihdamına, gelişimine sürdürülebilir katkı sağlayan kadın kooperatiflerimizi 15 Kasım’a kadar www.garantibbvakadingirisimci.com adresindeki formu doldurarak yarışmaya katılmaları için davet ediyorum.

Kooperatif nedir?

Kooperatif, ortak amaçlarını gerçekleştirmek için bir araya gelen kişiler tarafından kurulan ve yönetilen, hem ekonomik hem sosyal amaçları olan örgütlenme modelidir. Uluslararası Kooperatifler Birliği'ne göre, kooperatif, ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ve istekleri, müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir yapıdır. Bu kapsamda kooperatifler, insanların ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını diğer kişilerle iş birliği içinde karşılamak veya müşterek ekonomik menfaatlerini korumak için kurdukları ortaklıklardır. Bu modelde ortaklar kooperatif çatısı altında ekonomik güçlerini birleştirirler. İdeal olarak iş birliği, dayanışma ve karşılıklı yardımlaşma yoluyla birlikte hareket ederler. Bu ekonomik güç birliği, ortakların bulundukları sektör veya piyasa içerisinde anlamlı bir büyüklüğe ulaşmalarının yolunu açar. Kooperatif bünyesinde elde edilen kârlar ya üyelere kooperatifle yaptıkları alışverişle ya da işlemlerle orantılı olarak geri ödenir veya işletmede yatırım olarak değerlendirilir.

kendi ürettikleri ürünün satın alma, ürün tasarımı geliştirme, pazarlama birimlerini de yürüttüler. İki yıl aktif olan kooperatif, prefabrik bölgesinin ortadan kaldırılması sonrasında kapandı.

Aynı dönemde, Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı (KEDV) halen sürdürdüğü kadın kooperatifleşmesini destek programını başlattı. O zamandan bu yana, kadınlar tarafından, kendi işletmelerini kurabilmeleri için birbirlerini yetkinleştirmek amacıyla, çoğu 25'ten az üyeye sahip küçük kooperatifler kuruldu. Bugün bu kooperatifler artık gerçek anlamda fark yaratıyorlar. Türkiye'de kadınların kooperatif kurmalarının temel sebepleri arasında; istihdam sağlamak, sosyal anlamda yetkinleşmek ve karşı karşıya oldukları zorluklar için ortak çözümler bulmak yer alıyor.

4 YILDIR HİBE DESTEĞİ VERİLİYOR

Son yıllarda kadın kooperatiflerinin özellikle yerelde kadın istihdamı ve üretimi için ne kadar önemli olduğu anlaşıldıkça, bu alanda verilen kamu destekleri de arttı. Ticaret Bakanlığınca hayata geçirilen Kooperatiflerin Desteklenmesi Programı (KOOP-DES) kapsamında, 2020 yılından bu yana ortaklarının çoğunluğunu kadınların oluşturduğu ve kadın emekini değerlendiren

me amacı güden kooperatiflere hibe desteği veriliyor.

KOOP-DES Projesi kapsamında 2024 yılı için; kuruluş, işleyiş ve denetimleri Ticaret Bakanlığınca gerçekleştirilen tüm ko-



SON 4 YILDA KOOPERATİFLERE VERİLEN DESTEKLER

YIL	Destek Verilen İl Sayısı	Desteklenen Kooperatif Sayısı	Desteklenen Proje Sayısı	Toplam Tutar (TL)
2020	41	139	141	14.279.302,32
2021	59	145	157	14.342.773,00
2022	64	190	205	20.370.564,00
2023	54	151	157	27.388.443,37

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

KADIN KOOPERATİFLERİNİN BÖLGERE GÖRE DAĞILIMI

Bölge	Aktif	Pasif	Genel oranı (%)
Marmara	182	3	19,5
İç Anadolu	157	1	16,6
Karadeniz	155	-	16,4
Akdeniz	154	-	16,3
Ege	130	-	13,7
Doğu Anadolu	89	-	9,4
G. Doğu Anadolu	73	-	7,7
TOPLAM	940	4	100

Kaynak: Ticaret Bakanlığı-2023

operatifler ve üst kuruluşlarının programa başvuru yapabilmesi sağlandı. Kooperatiflerin sunmuş olduğu projeleri; üretim ve istihdama katkısı, faaliyet gösterdiği sektör, bulunduğu il, kooperatifin durumu dikkate alınarak değerlendiriliyor. 2024 yılı ilk çağrı döneminde yapılan başvurulardaki projelerin değerlendirilmesi sonucu, 40 ilden 89 kooperatifin makine ekipman alımı ve nitelikli personel istihdamı konularındaki 97 projesi desteklenmeye değer görüldü. Projelerin toplam tutarı 26 milyon 642 bin 147 lira olurken, Ticaret Bakan-

liğinca sağlanacak toplam hibe tutarı ise 20 milyon 585 bin 53 lira oldu.

“KADIN KOOPERATİFLERİ ÖNCELİKLİ”

Konuyla ilgili açıklama yapan Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Kooperatiflerin Desteklenmesi Programı (KOOP-DES) kapsamında bu yılın ikinci çağrı dönemini temmuz ayında kooperatiflerin başvurularına açtıklarını belirterek, “Kooperatifler, mal alımlarında 400 bin lira, hizmet alımlarında 60 bin lira, nitelikli personel istihdamlarında bir personel için yıllık 204 bin liraya kadar hibe desteğinden faydalanabilecek.” ifadesini kullandı. Bakan Bolat, hibe verilecek kooperatiflere ilişkin şunları kaydetti: “Ortaklarının çoğunluğunu kadınların oluşturduğu ve kadın emeğini değerlendirme amacı güden, ortaklarının çoğunluğunu gençlerin ve engellilerin oluşturduğu, üretim ve pazarlama faaliyetinde bulunan kooperatiflerle tarım satış, sanat, yenilikçilik alanında faaliyet gösteren kooperatiflerle bunların üst kuruluşlarının başvuruları için öncelikli olarak hibe destekleri sağlanacaktır.”

KİMLER KATILABİLİR?

Kadın kooperatifleri Ticaret ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın izni ile kuruluyor. Kooperatifler Kanunu'nun 2'inci maddesine göre bir kooperatif en az yedi ortak tarafından imzalanan Anasözleşme ile kurulması ve Anasözleşme'nin ticaret sicili müdürlüğünde bir yetkilinin huzurunda imzalanması gerekiyor. Dolayısıyla diğer birçok kooperatif türü gibi kadın kooperatifinin kuruluşu da ticaret il müdürlüklerinde yapılıyor. Kooperatife gerçek ve tüzel kişiler (ticaret şirketleri, dernekler, vakıflar, belediyeler, kooperatifler vs.) ortak olabilir. Ortaklık şartları ise; 18 yaşını tamamlamış olmak, medeni hakları kullanabilme yeterliliğine sahip olmak, ortak olmak isteğini belirten bir yazı ile yönetim kuruluna başvurmak, gerekli sermaye payını tahhüt ederek dörtte birini peşin ödemek ve Anasözleşmede belirtilen diğer şartları taşımak olarak sıralanabilir. Ayrıca kooperatif kurmak isteyen kadınların Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Anasözleşmesi'ni edinmesi, ayrıntılı bir şekilde incelemesi ve doldurması gerekiyor.



Kadın kooperatiflerinin faaliyet alanları

- El işi ürünler
- Tekstil ve dokuma
- Gıda
- Tarımsal ve hayvansal ürünler
- Sabun gibi kozmetik ürünler
- Hediyelik eşyalar
- Eğitim
- Organizasyon ve tanıtım faaliyetleri
- Çocuk bakım ve eğitim merkezleri, kreşler
- Engelli bakımı; hasta ve yaşlı bakımı
- Lokantacılık
- Turizm ve pansiyon işletmeciliği

KAMU-ÖZEL DESTEKLERİ ARTIYOR

Kadın kooperatiflerinin güçlendirilmesi hedefi hem hükümetin icraat programında hem de son 10 yıllık kalkınma planında yer alıyor. Kooperatiflerle ilgili 3 bakanlık (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Gıda/Tarım ve Hayvancılık bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı) kadın kooperatiflerinin güçlendirilmesi için bir protokol imzalarırken, özel sektörün kadın kooperatiflerine ilgisinin artması ile kadın kooperatiflerine yönelik destekler de çoğaldı. Örneğin Ticaret Bakanlığı kadın kooperatiflerine eğitim ve ekonomik girişimleri için hibe sağarken, son dönemde büyük zincir marketler de kadın kooperatifleriyle tedarikçi olarak iş birliği yapmaya başladı.

DÜNYADA DA GİDEREK YAYILIYOR

Dünyada pek çok ülkede, Hindistan, Yugoslavya, İran, Nijerya, Tayland gibi ülkelerde Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve Dünya Çalışma Örgütü (ILO) gibi kuruluşların çeşitli projeleri ile kadın kooperatiflerine yönelik çalışmalar yapılıyor. Kooperatifler dayanışma ekonomisinin en önemli bileşenleri olarak kabul görüyor. Birleşmiş Milletler'in (BM) tahminine göre dünyada 1 milyarın üzerinde insanın ortak olduğu 2,6 milyon kooperatif bulunuyor. Kooperatifler, dünya çapında çokuluslu şirketlerden yüzde 20 daha fazla insana iş yaratıyor. Dünya genelinde en az 270 milyon insana iş ve geçim kaynağı sağlayan kooperatifler, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin gerçekleştirilmesindeki uygulama araçlarından biri olarak tanımlanıyor. ICA, ILO, FAO ve BM'in çok sayıda rapor ve bildirisi kooperatiflerin ekonomik krizlere karşı dayanıklılığı, sağladıkları istihdam, sosyal hizmetlerin yaygınlaşmasında yarattıkları fırsatlar, ortaklarının düşünsel ve yaşamsal değişim ve dönüşümündeki etkilerini çeşitli verilerle ortaya koyuyor. Sosyal ve eğitim hizmetlerinin büyük çoğunluğu bu kooperatifler tarafından karşılanıyor. Örneğin İtalya'da sosyal hizmetlerin yüzde 60'ını sosyal kooperatifler sağlıyor. Hatta ihalelerde bunlara pozitif ayrımcılık sağlanıyor. İsveç'te ise yine kadınların kurduğu sosyal kooperatifler kamu desteği ile okul öncesi çocuk bakım ve eğitim hizmetlerini yaygınlaştırıyor.

Girişim ekosisteminin en iyileri ödüllendirildi

Dünyanın en büyük bağımsız start up ödül programı Global Startup Awards (GSA), 12'nci yılında Start-IST organizatörlüğünde, Garanti BBVA'nın ana sponsorluğunda ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tech İstanbul resmi destekleriyle ilk kez İstanbul'da gerçekleşti. 32 binden fazla aday arasından 120 ülkeden gelen 110 binden fazla halk oyuyla belirlenen finalistler ve ödül kazanan start up'lar Esmâ Sultan Yalısı'nda gerçekleştiren törende açıldı.

"Uluslararası iş birliklerini artıracak"

İlk kez Türkiye'de düzenlenen etkinlik ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Global Startup Awards CEO'su Kim Balle, İstanbul'un yenilikçi ruhunun GSA gibi bir etkinlik için ideal bir zemin sunduğuna dikkat çekti. "GSA'nın burada düzenlenmesi, sadece Türk girişimcileri değil, aynı zamanda global ekosistemi de olumlu etkileyecek ve uluslararası iş birliklerini artıracak" diyen Balle; İstanbul'un girişimcilik ve inovasyon dünyasında daha fazla görünürlük kazanacağını da altını çizdi.

Kazanan start up'ların ise GSA Ventures aracılığıyla daha geniş bir yatırımcı ağıyla buluşarak hem yerel hem de uluslararası sermayeyle desteklenebileceğini kaydeden Kim Balle; bu yatırım modeliyle tüm dünyada yeni nesil girişimcilerin global potansiyellerini ortaya çıkaracak bir fırsat yaratılmasının amaçlandığını da sözlerine ekledi.

Ana sponsor, Garanti BBVA oldu

Ekonomik gelişim için girişimcilik ekosisteminin desteklenmesinin büyük önem taşıdığı bilinciyle bu alanda önemli çalışmalara imza atan Garanti BBVA, GSA etkinliklerinin ana sponsorluğunu üstlendi. Garanti BBVA KOBİ Bankacılığından Sorumlu Genel

Bağımsız start up ödül programı Global Startup Awards (GSA), 12'nci yılında Start-IST organizatörlüğünde, Garanti BBVA'nın ana sponsorluğunda ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tech İstanbul resmi destekleriyle ilk kez Türkiye'de düzenlendi. Dünyanın dört bir yanından 101 finalist arasında yer alan Türk start up'ları Cyclizm ve Tech İstanbul, ödül kazanarak önemli bir başarıya imza attı.



Soldan Sağa: Erol Özgüner, Sibel Kaya, Mine Dedekoca, Kim Balle

Müdür Yardımcısı Sibel Kaya; GSA gibi uluslararası bir platformun büyük final etkinliklerini Türkiye'de gerçekleştirmesinin Türkiye'deki start up ekosisteminin geliştireceğine inandıklarını kaydediyor.

GSA'nın bir ödül programı olmanın ötesinde, girişimciler ve yatırımcılar arasında etkili bir networking ağı oluşturan ve bilgi paylaşımını teşvik eden bir platform olduğuna dikkat çeken Sibel Kaya; "Garanti BBVA olarak GSA gibi etkinlikleri desteklemekteki en önemli amacımız girişimcilerimizin bu

tarz ağlara katılımı desteklemenin yanında, ülkemizin dünya ekosistemi içerisinde bilinirliğini artırmak" diyor. Kaya; bu kapsamda etki alanı geniş platformları destekleyerek Türkiye'nin küresel girişimcilik arenasında daha fazla söz sahibi olması amacıyla ekosistemin yanında olmaya devam edeceklerini de sözlerine ekliyor.

İki Türk start up'ın başarısı

GSA'a Türkiye'den katılan başarılı start up'lar, Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi-

ni global arenada başarıyla temsil etme ve uluslararası arenada öne çıkma fırsatı buldu. GSA'da bu yıl dünyanın dört bir yanından 101 finalist arasında yer alan Türk startup'lar Cyclizm ve Tech İstanbul da ödül almaya hak kazandı.

Cyclizm, 'New Comer of the Year' kategorisinde, Tech İstanbul ise 'Best Accelerator / Incubator of the Year' kategorisinde ödülün sahibi oldu. Tech İstanbul, GSA'nın 'Dünyanın En İyi Hızlandırıcı/Kuluçka Programı' kategorisinde Türkiye'den ilk kez bu ödülü alan kurum oldu. Bu kapsamda Tech İstanbul'un ödülü, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'na takdim edildi.



Tech İstanbul, önemli destekler sağlıyor

GSA'nın resmi destekçisi olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı Akıllı Şehir Şube Müdürlüğü'ne bağlı olarak faaliyetlerini yürüten Tech İstanbul; geliştirdiği girişimcilik programlarıyla, girişimlerin hızlı büyümesine ve ölçek-

lenebilir iş modelleri inşa etmesine yardımcı oluyor. Fikir aşamasından globale açılmaya kadarki süreçte girişimcilerin ihtiyaçlarına yönelik destek mekanizmaları sunmanın yanında, teknoloji severleri teknoloji dünyasıyla da buluşturuyor. Tech İstanbul, bugüne kadar 415 girişime destek olarak, bu gi-

rişimlerin toplamda 22,1 milyon doları aşan yatırım elde etmesine yardımcı oldu.

"İstanbul'un global ölçekteki rolü pekişecek"

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tech İstanbul olarak, girişimcilere inovatif çözümlerini geliştirebilecekleri bir ekosistem

SİBEL KAYA / GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

"Bütünsel desteklerimizle ekosistemi büyütürük girişimcilerin çoğalmalarını teşvik ediyoruz"

■ **"ÇOK YÖNLÜ VE FARKLI LAŞAN ÇALIŞMALARLA İMZA ATIYORUZ"** Garanti BBVA bünyesinde, toplumun sürdürülebilir geleceğine katkı sağlayan faaliyetler yürütüyoruz. Stratejik olarak önceliklendirdiğimiz girişimcilik alanına büyük önem veriyor, bu konuyu uzun yıllardır bütünsel bir çerçevede sahipleniyoruz. Kadın girişimciliğinden teknoloji girişimciliğine uzanan bir yelpazede, girişimciliğe özel ürün ve hizmetlerle desteklenen çok yönlü ve farklılaşan çalışmalara imza atıyoruz. Bu konudaki çalışmalarımıza kadının iş hayatına katılımını, güçlendirilmesini ve kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla 2006'da hayata geçirdiğimiz Kadın Girişimci Programı'yla başladık. 18 yıldır kadın girişimcilere yönelik finansman, cesaretlendirme, eğitim ve yeni pazarlara açılma şeklindeki bütüncül çalışmalarla kadınların girişimci olmasına destek veriyoruz.

■ **"GLOBAL PAZARLARA AÇILMALARINA KATKIDA BULUNUYORUZ"** 2015'ten bu yana Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı'yla hızlı ve yüksek büyüme potansiyeline sahip teknoloji tabanlı girişimleri destekleyip global pazarlara açılmalarına katkıda bulunuyoruz. 60'tan fazla girişimi desteklediğimiz programa katılan girişimlerin aldığı yatırım tutarı 10 milyon dolara ulaştı. Bu yıl

ayda sağlayacağımıza inandığımız ve gelişimlerini desteklemeyi değerli bulduğumuz data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik dikeylerinde programımızı yeniledik ve bu dikeylerde faaliyet gösteren teknoloji tabanlı beş girişim Garanti BBVA Partners Tech programına dahil oldu. Yenilenen Garanti BBVA Partners Tech girişim hızlandırma programımız kapsamında altı ay boyunca ihtiyaca özel mentörlük, ofis alanı, Garanti BBVA, Garanti BBVA Teknoloji ve iştirakleriyle iş birliği fırsatları, PR destekleri ile eğitim ve seminerlerden faydalanma olanağı sunuyoruz. Ayrıca geniş teknoloji girişimcilerinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun bir yaklaşımla oluşturduğumuz ayrı bir hizmet modeliyle karşılarında olacağız.

■ **"İŞ BİRLİKLERİYLE DE GİRİŞİMCİLERİN YANINDA OLUYORUZ"** Tüm çalışmalarımızla girişimcilik ekosistemini büyütmeyi, girişimcileri yeni dünya düzeninde ihtiyaç duydukları desteği sağlamayı ve çoğalmalarını teşvik etmeyi amaçlıyoruz. Ayrıca Garanti BBVA'ya ve müşterilerimize fayda sağlayacak iş birlikleriyle programa katılan girişimcilerin yanında oluyoruz. Bundan sonraki dönemlerde de Türkiye'nin küresel girişimcilik arenasında daha fazla söz sahibi olması amacıyla girişimcilerin ve girişimcilik ekosisteminin yenilenen ihtiyaçlarına göre desteklerimizi geliştirmeye devam edeceğiz.



Tech Istanbul'un ödüllü, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'na takdim edildi.



Cyclizm, 'New Comer of the Year' kategorisinde ödülün sahibi oldu

sunduklarını ve onları kendilerine rehberlik eden mentörlerle buluşturdıklarını kaydeden İstanbul Büyükşehir Belediyesi Bilgi İşlem Dairesi Başkanı Dr. Erol Özgüner; girişimcilere büyüme süreçleri için sayısız olanak sunduklarını belirtiyor. Ayrıca girişimcilere Şişli, Şişhane, Kayışdağı ve Başakşehir'de bulunan dört farklı lokasyonda ücretsiz çalışma alanları sağladıklarını da değinen Dr. Erol Özgüner, şöyle devam ediyor: "Büyüme yolculuklarında girişimcilerimizin, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, bağlı kuruluş ve iştiraklerinin yanı sıra yatırımcılarla ve kurumsal partnerlerle iş birliği içinde olmalarına destek veriyoruz. İstanbul'u global girişimcilik ekosisteminde güçlendirme hedefiyle, GSA'nın bu yılki resmi destekçisi olduk. Bu organizasyonun bir parçası olmak, İstanbul'un global girişimcilik ekosistemindeki yerini daha da güçlendirme hedefimizi bir kez daha teyit

ediyor. GSA'nın İstanbul'da düzenlenmesinin ise şehrimizin global ölçekteki rolünü ve girişimcilik kültürünü pekiştireceğini düşünüyoruz."

İlk altı ayda 586,8 milyon dolarlık yatırım

Zirvede, girişimcilik ekosistemi odaklı veri sağlayıcısı Startup Centrum, Türkiye'deki yatırım dinamikleri hakkında önemli verileri derlediği 2024 Yarıyıl Türkiye Start up Ekosistemi Yatırım Raporu'nu katılımcılarla paylaştı. Startup Centrum'un araştırma raporuna göre, Türkiye'de en çok yatırım yapılan sektörler; fintech, ulaşım, lojistik, yapay zekâ ve makine öğrenimi olarak sıralanıyor.

Araştırmaya göre, Türkiye'de 2024 yılının ilk yarısında fintech sektörüne 130,8 milyon dolar, yapay zekâya ve makine öğrenimine ise 94,2 milyon dolar yatırım yapılmış durumda. 2024 yılının ilk yarısında ise

Global Startup Awards'te ödül kazanan start up'lar

- **Best Co-Working Space 2023:**
Tech Buzz Hub
- **Best Newcomer 2023:**
Cyclizm
- **Best GreenTech 2023:**
BasiGo
- **Best HealthTech 2023:**
Nexstem
- **Best Accelerator/Incubator Program 2023:**
Istanbul Metropolitan Municipality Tech Istanbul
- **Best VC 2023:**
Soulmates Ventures
- **People's Choice:**
Fumbi
- **Best Web3.0 Startup 2023:**
Momint
- **Diversity Role Model of the Year 2023:**
Mari Luukkainen
- **Ecosystem Hero of the Year 2023:**
Mya Thandar
- **Founder of the Year 2023:**
Hadeer Shalaby
(Founder of Freeziana)
- **Startup of the Year 2023:**
Eratani

Türk girişimlerine yapılan toplam yatırım 586,8 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu rakam 2023 yılının toplamını aşarak girişimcilik ekosisteminde büyük bir adım atıldığını gösteriyor.

Paneller ve atölye çalışmaları da düzenlendi

Ödül gecesi öncesinde etkinlik için dünyanın dört bir yanından İstanbul'a gelen girişimciler, yatırımcılar ve sektör liderleri iki gün boyunca çeşitli panellerde ve atölye çalışmalarında bir araya gelme fırsatı da yakaladı. Zirve kapsamında sürdürülebilirlik, teknoloji ve kapsayıcılık gibi konularda paneller düzenlendi. Kadın girişimciler için düzenlenen özel pitching seansı da zirvenin önemli noktalarından biri oldu. Katılımcılar, endüstrideki en son yenilikleri keşfetme fırsatı bulurken, sosyal değişim yaratma potansiyeline sahip projeler de öne çıkarıldı.

Cilt bakım ürünlerini yurtdışına taşıyacak

Entertech İstanbul Teknokent'te yer alan 2 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım alan Chitosolve girişiminin cilt bakım ürünleri markası Richesse Biologique Türkiye'de bir ilk olan ürünlerini piyasaya sundu. Kitosan biyopolimeri denilen bir aktifi kullanarak ürünlerini geliştiren girişim aldığı yeni yatırımla ürün çeşitliliğini arttırmayı ve global pazarlara açılmayı hedefliyor.

İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa olarak iki araştırma üniversitesinin paydaş olduğu tek Teknokent olma özelliği taşıyan Entertech İstanbul Teknokent'te kurulan Chitosolve, Richesse Biologique cilt bakım ürünleri markasıyla ürünlerini piyasaya sundu. 2 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım alan şirket, geliştirdiği cilt bakım ürünlerinde kitosan biyopolimeri aktif maddesini kullanarak bir ilki gerçekleştirdi. Aldığı yatırımla, ürün çeşitliliğini arttırmayı ve Türkiye pazarındaki konumunu güçlendirmeyi amaçlayan marka, önümüzdeki dönemde yurt dışı pazarlarına açılmayı hedefliyor. Şu an online satışlarla tüketicilere ulaşan marka, yaygın perakende zincirlerinde de yer almak üzere çalışmalarını sürdürüyor.

Doğal ve fonksiyonel malzeme geliştirme konusuna öncelik veren bir teknoloji girişim firması olan BİYOPOL çatısı altında 2023 yılının sonunda bir yatırım alarak spin off şeklinde kurulan Chitosolve girişimi kozmetik ve tıbbi alanlarında çalışıyor. Chitosolve Kurucusu Seda Çakır bakım ürünleri markası Richesse Biologique'in kitosan biyopolimeri ve çeşitli aktifleri içeren cilt bakım ürünle-



lerinden oluştuğunu söylüyor. Çeşitli aktiflerle güçlendirilen formüllerle oluşturulan serum, krem, tonik ve yüz yıkama jeli gibi ürünlerin içeriğinin doğal malzemelerden oluştuğunu anlatan Çakır, ürünler için cam ambalaj ve yosun atıklarından elde edilen kutular kullandıklarını ve sürdürülebilirliğe de önem verdiklerini söylüyor.

2015'de temeli atıldı

Markanın kuruluş hikayesini anlatan Chitosolve Kurucusu Seda Çakır, doğal ve fonksiyonel malzeme geliştirme konusuna öncelik veren bir teknoloji girişim firması olan

BİYOPOL'un 2015 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tekno Girişim Desteği ile kurulmuş olduğunu ve firmanın temel faaliyet alanını biyoteknoloji olduğunu aktarıyor. BİYOPOL olarak birçok sektörde kullanılabilen kitosan biyopolimeri ile ilgili de araştırma ve geliştirme çalışmaları olduğunu söyleyen Çakır, 2016 yılında başarıyla tamamladıkları proje ile kitosanın ilk prototiplerini elde ettiklerini aynı zamanda Türkiye'de ilk hayvansal kaynaklı olmayan kitosan biyopolimerinin üretimini gerçekleştirdiklerini kaydediyor. Ardından cilt bakım markası olan Richesse Biologique markasıyla kurulan Chitosolve girişiminin kitosan biyopolimeri ve çeşitli aktifleri içeren cilt bakım ürünlerini tüketicilere buluşturduğunu anlatan Seda Çakır, "Entertech İstanbul Teknokent'te kurulan bir firma olan Chitosolve'un cilt bakım markası olan Richesse Biologique markasının yeni serisinde teknoloji tabanlı ve biyoaktif ürünlerce zengin, etkinliği yüksek ürünler ön plana çıkarıldı. Aynı zamanda ürünlerimiz insan ve çevre sağlığını ön planda tutan biyobazlı formüllere de sahip olarak geliştirildi. Her zaman geleceği düşünerek adımlar atıyoruz." diyor.

Çok sayıda yenilikçi iş fikri var

Entertech İstanbul Teknokent Genel Müdürü Dr. Muhammed Kasapoğlu ise Türkiye'nin biyomedikal alanda yaptığı çalışmalara hız vermiş durumda olduğunu söyleyerek, "Sektör henüz potansiyel pazar büyüklüğüne ulaşmamış olsa da son dönemde önemli çalışmalar yürütülüyor. Özellikle Ar-Ge aşamasında bulunan çok fazla potansiyeli yüksek yenilikçi iş fikri bulunuyor. Bünyemizde kurulan Chitosolve markası da katma değeri yüksek ürünler geliştiriyor ve global bir marka olma hedefiyle çalışmalarına devam ediyor. Biz de Entertech İstanbul Teknokent olarak Chitosolve'un bu hedeflerine ulaşması için desteklerimizi sürdürüyoruz" diye konuşuyor.

Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınladı

2002 yılında kurulduğundan bu yana güçlenerek yolculuğuna devam eden KAGİDER, Sürdürülebilirlik Raporu'nu ilk kez yayınladı. Bugün Türkiye ekonomisinin yüzde 10'unu temsil eden derneğin yönetim kurulu başkanı Esra Bezircioğlu, bugüne kadar hayata geçirdikleri proje ve iş birlikleriyle iş dünyasındaki yüzbinlerce kadına etki ettiklerini açıkladı.

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Sürdürülebilirlik Raporu'nu ilk kez yayınlamakla kamuoyuyla paylaştı. Rapor; kadının sadece ekonomik olarak değil politik ve sosyal olarak da güçlenmesini hedefleyen derneğin, 2002 yılında kurulduğu tarihten itibaren faaliyetlerini, proje ve iş birliklerini, kısacası KAGİDER etkisini gözler önüne serdi. Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı kabul ettiği 25 Eylül 2015 tarihinin yıldönümünde gerçekleştirilen basın toplantısında KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Esra Bezircioğlu'nun yanı sıra yönetim kurulu üyeleri ile KAGİDER üyesi girişimci kadınlar da yer aldı.

Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilirlik ve toplumsal cinsiyet eşitliği alanındaki en önemli yol haritasını sunan küresel hedeflerine hizmet etmekten mutluluk duyduklarını belirten KAGİDER Başkanı Esra Bezircioğlu, 17 maddeden oluşan Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan 9'una doğrudan katkı sunduklarını vurguladı ve "KAGİDER'in 22 yıllık yolculuğu, sadece bir sivil toplum ku-



ruluşunun büyümesi değil, aynı zamanda bir toplumun köklü dönüşümünün hikayesidir. Bu süre zarfında KAGİDER, kadın girişim-

ciliğini destekleyerek kadınların ekonomik hayatta daha görünür olmasını sağlamış ve toplumsal cinsiyet eşitliği alanında önemli adımlar atmıştır" dedi.

110 milyar dolar ciro

22 yılda derneğin yarattığı etkiyi rakamlarla ortaya koyan Esra Bezircioğlu, bugün 46 farklı sektörden 500'ü aşkın üyesiyle birlikte 110 milyar dolarlık ciro ve 250 bin kişilik istihdam gücüne sahip bir dernek olarak Türkiye ekonomisinin yüzde 10'unu temsil ettiklerini söyledi.

Bugüne kadar hayata geçirdikleri projelerle sadece kadın girişimciliğini desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda iş dünyasında kadın çalışan oranlarını artırarak yüz binlerce kadının hayatına dokunduklarından söz eden Bezircioğlu, uluslararası platformlarda da etkin bir rol üstlendiklerini ifade etti ve "Dünyada kadın girişimcilerin güçlenmesi için global platformlarda sesimizi duyuruyor, Türk kadın girişimciler için dünya ekonomisine yön verecek bir yol haritası çiziyoruz.





Raporda dikkat çeken başlıklar

- İyi işler ile gıda ve elektronik dışı organize perakendeye üretim veya satış yapan kadın girişimcilerin güçlenmesini sağladı. 7 yıldır devam eden proje kapsamında toplamda 486 saat eğitim verildi. Projeye 2 binin üzerinde kadın girişimci başvuruda bulundu. 150 kadın girişimci programı başarıyla tamamlayarak mezun oldu. Programa katılan firmaların yarattığı istihdam 2596'dır. Bu istihdam rakamı çerçevesinde kadın çalışan oranı yüzde 72, kadın yönetici oranı yüzde 67.
- Özel sektördeki başarılı kadın yetenek yönetimi örneklerinin paylaşılması ve bu alandaki fikir önderlerinin düzenli buluşmalarla karşılıklı görüş alışverişinde bulunmalarını sağlayan Kadın Liderlik Platformu (KLP) oluşturuldu. Kuruluşundan bu yana 454 şirket ve 760 kişi KLP'ye katıldı. Platformun web sitesinde 107 kaynak rapor paylaşıldı. Katılımcıların yüzde 100'ü platformdan faydalandığını belirtti.
- Kadın istihdamını teşvik etmek ve iş yaşamında cinsiyet eşitliğini sağlamak amacıyla oluşturulan Fırsat Eşitliği Model Sertifikası'nı bugüne kadar 25 farklı sektörden, 72 kurum almaya hak kazandı. 72 kurum da yapıları, eylemler ve istihdam olguları ile toplumsal cinsiyet eşitliğine ve istihdamda kadın güçlenmesine duyarlı olduklarını ulusal ve uluslararası kamuoyu nezdinde tescil ettirdi.
- Türkiye'deki kadınların ticari ve sosyal "girişimci ruhunu" ortaya çıkartarak, kadın girişimci sayısının gelişmiş ülkelerin seviyesine yükselmesine katkıda bulunmak amacıyla düzenlenen "Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması" 17 yıldır gerçekleştiriliyor. Bugüne kadar Türkiye'nin dört bir yanından 45 binden fazla başvuru alındı. 104 binden fazla kişiye ulaşıldı. Garanti BBVA toplamda son 5 yılda 200 milyar lira finansal destek sağladı.
- Geleceğin Kadın Liderleri Eğitim Programı, işine, toplumuna ve çevresine farklılık getirecek genç kadınları topluma ve iş yaşamına hazırlamak, onların beceri ve duyarlılıklarını geliştirmek, donanımlarını artırmak amacıyla gerçekleştiriliyor. 14 yıldır devam eden programa bugüne kadar 20 binin üzerinde başvuru geldi, programdan 1750 genç kadın mezun oldu. Programdan mezun olanların yüzde 92'si bugün iş hayatında sağlam adımlarla kariyerlerinde ilerliyor. Mezunların yüzde 93'ü programın kendilerine kattıklarını başkalarıyla da paylaştıklarını söylüyor.
- Tarım sektöründeki kadın girişimcilerin bilgi ve becerilerinin artırılması hedeflenen Tarımda Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı'na dört yılda 870 başvuru yapıldı. Proje kapsamında 274 kadın girişimci tarım sektöründe alanında uzman kişiler ve rol model kadın girişimcilerle bir araya getirilerek desteklendi. Programa katılan 72 kadın girişimci mentorluk desteği aldı.

Özellikle bu yıl Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nde Türkiye'yi temsil edecek genişleme aday ülke üyelerinden biri olarak seçilmenin yanı sıra, EBRD komitesine Türkiye'den seçilen tek dernek olduk. Bu rapordaki tüm bilgiler de 22 yıllık KAGİDER etkisinin dünyaya ve tüm Türkiye'ye yayıldığını gösteren en önemli kanıttır" diye konuştu.

Kadın iş gücüne güç veriyor

Sürdürülebilirlik Raporu'nun ayrıntılarını paylaşan KAGİDER Yönetim Kurulu Üyesi Beyza Beyzade Berkol ise kuruluşundan itibaren önemli adımlar atarak, birçok projeyi hayata geçirdikleri söyledi ve bugüne kadar 162 paydaş şirket ile 80 projeyi hayata geçirdiklerini açıkladı. KAGİDER'in projeleri arasında kadın girişimcilerin dijitalleşme süreçlerine destek olmak, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda iş yapma fırsatları yaratmak, kadınların liderlik kapasitelerini geliştirmek gibi alanlarda çalışmalar bulunduğunu ileten Beyza Beyzade Berkol, şöyle konuştu:

"Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yaparak fırsat eşitliği sağlamayı ve kadınların finansmana erişimini kolaylaştırmayı amaçlıyoruz. Kadınların liderlik pozisyonlarında daha fazla yer alması için çaba sarf ediyor ve Türkiye'de kadınların eşit temsili ve yaşam haklarının güvence altına alındığı bir gelecek hayal ediyoruz. Bu projeler ile kadınların ekonomik ve sosyal açıdan güçlenmelerine katkı sağlayarak toplumsal cinsiyet eşitliğine ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunma-yı hedefliyoruz."

“Yapay zekâyyla ve ihracatla büyüyeceğiz”

Türk mühendisler tarafından geliştirilen ürünleriyle 30'dan fazla ülkeye yazılım ihraç eden Bimser, 12 milyon dolarlık cirosunu yıl sonunda TL bazında ikiye katlarken cironun yüzde 20'sini ihracattan elde etmeyi hedefliyor. Bimser CEO'su Murat Atıcı; “Yapay zekâyı ürünlerimize entegre eden projeler üzerinde çalışıyoruz” diyor. ABD, Ortadoğu ve Türk Cumhuriyetleri'nde büyümeye devam edecek olan şirket, Afrika'yı da yakın markaja aldı.

1998 yılında yüzde 100 yerli sermayeyle kurulan ve bilgi teknolojileri alanında yazılım çözümleri üretmek üzere bir araya gelen kişilerle yolculuğuna başlayan Bimser, büyüme hikayesine globalleşme atağıyla devam ediyor. Bugün enerjiden tekstile, otomotivden savunma sanayine, medyadan gıdaya kadar hemen hemen tüm sektörlerden müşterisi olan ve ürünleri dünya genelinde 2 binden fazla şirkette profesyoneller tarafından kullanılan şirketin 1 milyonun üzerinde de lisanslı kullanıcısı bulunuyor.

Yazılımlarını bugüne kadar 33'ten fazla ülkeye ihraç eden Bimser'in 2017'de hayata geçirdiği New York ve Dubai ofisleri de bu gelişimin devamı niteliğinde. Bu yıl özellikle ABD, Ortadoğu ve Azerbaycan merkezli Türk Cumhuriyetleri'nin olduğu coğrafyalarda hızlı bir büyüme kaydeden şirket, özellikle ABD ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde güçlü iş ortaklıklarına da imza attı.

“Şirketlere rekabet avantajı sağlıyoruz”

Uzun yıllardan beri farklı ölçekteki ve sektördeki firmalara yönelik olan yazılım paketlerinden üzerinde çeşitli iş uygulamalarının tasarlanabileceği çözüm geliştirme platformuna kadar, birbiriyle ve başka ürünlerle entegre çalışabilen, geniş bir ürün yelpazesini kullanıcılarına sunan Bimser'in yazılım ürünlerinin tamamı Türk mühendisler tarafından geliştiriliyor.

Bimser CEO'su Murat Atıcı; ‘Synergy’, ‘eBA’, ‘QDMS’, ‘BEAM’, ‘Ensemble’ ve ‘QGRC’

yazılım ürünleriyle Türkiye'deki şirketlerin dijitalleşmesinde ve rekabet güçlerinin artmasında önemli bir rol oynadıklarını

söylüyor. Atıcı; özellikle iş akışı ve doküman yönetimi, süreç ve performans yönetimi, kalite yönetimi, bilgi güvenliği yönetimi,

Bimser, ürünleriyle nasıl çözümler sunuyor?

Bimser CEO'su Murat Atıcı; Bimser'in yazılım ürünleriyle sunduğu çözümler konusunda şu bilgileri veriyor:

1 BEAM (Bimser Enterprise Asset Management): BEAM, kurumsal varlık ve bakım yönetimi sistemi olarak tanımlanıyor. Bu sistem; varlık yönetimi, bakım ve onarım süreçlerini yönetiyor. Özellikleri arasında önleyici bakım, iş emirleri yönetimi, kalibrasyon süreçleri, iş güvenliği entegrasyonu ve gelişmiş raporlama bulunuyor. Mobil cihazlar üzerinden de yönetilebilen BEAM; ERP, MES, SCADA ve IoT sistemleriyle entegre olabiliyor.

2 QDMS (Quality Document Management System): QDMS, işletmelerin kalite yönetim süreçlerini dijitalleştirmelerine olanak tanıyor. Özellikleri arasında doküman yönetimi, süreç ve performans yönetimi, müşteri şikayetleri yönetimi ve iç denetim modülleri bulunuyor.

3 eBA (Workflow and Document Management): İş süreçleri ve doküman yönetimi sistemi olan eBA; kurumların iş süreçlerini dijital platformda etkin bir şekilde yönetmelerini sağlıyor. Özellikleri arasında belge yönetimi, elektronik imza, tam metin arama, çoklu dil desteği ve mobil uygulama desteği bulunuyor. ERP sistemleriyle hızlı ve kolay entegrasyon sunan eBA'nın kullanıcı dostu arayüzü ile süreç tasarımı da yapılabilir.

4 Ensemble (Process and Performance Management): Süreç ve performans yönetimi sistemi olan Ensemble, iş süreçlerini ve performans göstergelerini izlemeye ve optimize etmeye olanak tanıyor. Özellikleri arasında süreç modelleme, performans analizleri, iş zekâsı entegrasyonu ve raporlama araçları bulunan Ensemble, kurumsal süreçlerin verimliliğini artırmayı hedefliyor.

5 Synergy LowCode Platform: Synergy LowCode Platform, kullanıcıların minimum kodlama bilgisi ile hızlı ve etkin bir şekilde uygulama geliştirmelerine olanak tanıyan bir platform. Bu platform, iş süreçlerini dijitalleştirerek işletmelerin daha verimli ve esnek olmalarını sağlıyor.

6 QGRC (Governance, Risk and Compliance): QGRC; yönetim, risk yönetimi ve uyum süreçlerini dijitalleştirerek işletmelerin bu alanlarda verimli ve etkili çözümler geliştirmelerini sağlıyor.

MURAT ATICI

risk yönetimi, bakım yönetimi, varlık ve bilgi teknolojileri yönetimi alanlarında sundukları çözümlerin, sağladığı verimlilikle şirketlere rekabet avantajı ve başarı getirdiğinin de altını çiziyor.

Gelirleri ikiye katlamayı hedefliyor

Her geçen gün hızla gelişen yapay zekâ teknolojisi tüm dünyayı dönüştürüyor. Dijitalleşmedeki ezberleri değiştiren devrim niteliğindeki bu teknoloji, artık yeni bir ekonomi dili de oluşturuyor.

Murat Atıcı; son 25 yıl boyunca Türkiye'deki önemli şirketlerin dijitalleşme hikâyelerine öncülük ettikleri, şimdi de şirketlerin yapay zekâyâ geçiş süreçlerinde çözüm sağladıkları bilgisini veriyor. Yapay zekâyâ

yaptıkları yatırımlarla ve geliştirdikleri yazılımlarla şirketlerin dijitalleşme hikâyelerini farklı bir boyuta taşıdıklarını kaydeden Atıcı; "Böylece kendi hikâyemizi de yeniden yazıyoruz" diyor. Öyle ki bu yıl için ciddi bir büyüme planlayan Bimser, 12 milyon dolarlık cirosunu bu yılın sonunda TL bazında ikiye katlamayı hedefliyor.

Cironun yüzde 15'i AR-GE'ye

Yatırımlarını aralıksız sürdürmeyi hedefleyen Bimser, her yıl cirosunun yüzde 10-15'ini de AR-GE'ye ayırıyor. Şirketin 220 çalışanı var ve bunların yüzde 80'i yazılımcı ve teknik destek sağlayan çalışanlardan oluşuyor.

Dünyada artık yapay zekâ ekonomisinin

konuşulduğunu değinen Murat Atıcı, Bimser'in de bu yıl en büyük odağının yapay zekâ olduğunu vurguluyor. Atıcı; "Çalışma arkadaşlarımız yapay zekâyı ürünlerimize entegre eden projeler üzerinde çalışıyor. Örneğin low code (az kod) ürünümüz olan Synergy'de sunduğumuz yapay zekâ olanaklarını daha da güçlendirip müşterilerimize yeni açılımlar sağlıyoruz" diyor.

İhracatın payını artıracak

Bimser açısından 2024 yılının dokuz aylık dönemi başarıyla geride kaldı. Murat Atıcı; bu yıl için ciroyu TL bazında ikiye katlama ve gelirlerin yüzde 20'sini ihracattan sağlama hedefleri doğrultusunda emin adımlarla ilerlediklerinin ve bu hedeflere ulaşacaklarını öngördüklerinin altını çiziyor. Bimser'in Avrupa'dan Amerika'ya, Afrika'dan Ortadoğu'ya 30'un üzerinde ülkeye yazılım ihracatı yaptığına işaret eden Atıcı, şöyle devam ediyor: "Globalleşme adımlarımız kapsamında ABD'de New York'ta, Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise Dubai'de birer ofisimiz var. Hem ofislerimizi büyütmek hem de sayısını artırmak da planlarımız arasında yer alıyor. Güçlü büyümemize bir diğer katkı da buradan geliyor. Geçen yıl ciromuzun yüzde 10'unu ihracattan sağlarken bu pazarlardaki hızlı büyümemiz sayesinde bu oranı yüzde 20'ye taşımayı, 2025 yıl sonunda ise yüzde 30 seviyelerine çıkarmayı planlıyoruz."

Afrika pazarı yakın markajda

Bimser, mevcut pazarlarında büyüme atacağına devam ederken radarına yeni ülkeleri de almış durumda. ABD, Ortadoğu ve Türk Cumhuriyetleri'nde büyüme hikâyelerinin 2025'te de güçlü bir şekilde devam edeceğini öngören Murat Atıcı, Afrika pazarını da yakın markaja aldıkları bilgisini veriyor.

Afrika'nın hem yazılım açısından çok bakir hem de rekabetin ve özellikle de kurumsal rekabetin nispeten az olduğu bir coğrafya olduğuna dikkat çeken Murat Atıcı, ilk etapta Güney Afrika'ya odaklanacaklarını da aktarıyor. Atıcı, "Halihazırda burada çalıştığımız şirketler çok sınırlı. Biz bu pazarda güçlü bir büyüme yakalayabileceğimizi düşünüyoruz. O nedenle de buraya yönelik incelemelerimiz devam ediyor" diye konuşuyor.

“Yurtdışının cirodaki payı yüzde 30-35’e çıkacak”

Pozitera yaklaşık 17 yıl önce perakende sektöründe yenilikçi ve teknoloji odaklı çözümler sunan bir iş ortağı olma hedefiyle yola çıktı. Müşteri deneyimini odağına alarak, iş ortaklarının satış süreçlerini optimize eden ve verimliliklerini artıran Pozitera, 2024 yılında adım attığı yurtdışında hızlı bir büyüme hamlesine hazırlanıyor. “Yurtdışındaki varlığımızı artırarak hem markalarımızı globalde daha görünür kılacak hem de ciromuza güçlü bir katkı sağlayacağız” diyen Pozitera CMO’su Gizem Kılıçarslan, 2025 yılının sonunda, yurtdışının cirodaki payının yüzde 30-35 aralığında olmasını hedeflediklerini söylüyor. Bu hedefe ulaşmak için, güçlü iş ortaklıkları ve distribütörlük anlaşmaları kurarak globalde stratejik adımlar attıklarını söyleyen Gizem Kılıçarslan, şirketin yeni dönem hedeflerini anlattı.

Şirketlere ne gibi hizmetler sunuyor-sunuz, nasıl bir fark yaratıyorsunuz?

İleri teknolojiye dayalı veri analitiği ve yapay zekâ çözümlerimizle, iş ortaklarımızın satış performanslarını en üst seviyeye taşıyoruz. Bu yaklaşımımızla, güvenilir ve sürdürülebilir büyüme sağlayan, sektörde yenilikçi çözümler sunan lider bir şirket olarak öne çıkıyoruz. Pozitera olarak hizmetlerimiz arasında perakende analizi ve teknoloji destekli optimizasyon, eğitim ve raporlamayla perakende performansının artırılması, stratejik perakende planlama ve teknoloji entegrasyonu, perakende gelişim akademisi, perakende satış takibi ve performans raporlama, saha satış gücü yönetimi yer alıyor. Perakende sektörü, hızlı değişim ve dönüşümün yaşandığı bir alan. Tüketici talepleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda yeni trendler ortaya çıkıyor. Yapay zekâ ve veri analitiğiyle kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri

Perakendede yenilikçi ve teknoloji odaklı çözümler sunan Pozitera, 2025 yılında yurt dışı operasyonlarını genişletmeye odaklanacak. Şirket, 2025 yılı sonunda yurt dışının cirodaki payını yüzde 30-35’e çıkartmayı hedefliyor.

sunmak, sürdürülebilirlik odaklı iş modelleri geliştirmek ve omnichannel stratejilerle kesintisiz alışveriş deneyimi sağlamak, bu trendlerin başında geliyor. Ayrıca, hızlı teslimat ve abonelik tabanlı iş modelleri, tüketici beklentilerini karşılamada önemli rol oynuyor. Pozitera olarak biz de bu trendleri yakından takip ediyor ve sektördeki yeniliklerin öncüsü olmaya devam ediyoruz.

2024 yılını ne kadarlık büyümeyle kapatacaksınız? 2025 yılı büyüme hedefiniz nedir?

2024 yılını güçlü bir büyümeyle kapatmayı planlıyoruz. Bu büyümede DFN’nin katkısı oldukça büyük. DFN aracılığıyla yurtdışından getirdiğimiz markaların distribütörlüğünü üstleniyor, bu markaların

satış kanallarını yönetiyoruz. Ayrıca, DFN bünyesine gıda ve kozmetik kategorilerini ekleyerek, çikolatalı hurma ithalatı ve Kore menşeli cilt bakım ürünleri gibi yeni ürünlerle portföyümüzü genişletiyoruz. Bu çeşitlilik, 2024 yılındaki büyümemize önemli bir ivme kazandırıyor. Önümüzdeki yıl için ise daha büyük bir büyüme öngörüyoruz. Mevcut operasyonlarımızı ölçeklendirirken, yeni iş alanlarında da genişlemeyi sürdüreceğiz. E-ticaret platformumuz “Haydi İste” ile tüketici elektroniği kategorisinin yanı sıra farklı kategoriler ekleyerek ürün yelpazemizi genişletiyoruz. Ayrıca, Senfoni ile firmalara sahada operasyon desteği sağlıyor ve Pozitera’nın tecrübelerinden faydalanarak grup olarak büyümemizi destekliyoruz. DFN

“Veri odaklı yaklaşımlar sunuyoruz”

“Şirketlere sunmuş olduğumuz gelişmiş veri analitiği ve raporlama araçları, iş ortaklarımızın satış performansını optimize etmede stratejik bir avantaj sağlıyor. Bu araçlar sayesinde müşteri etkileşimleri, tercihleri ve alışveriş alışkanlıkları detaylı bir şekilde analiz edilerek, müşterilerin beklentileri ve satın alma davranışlarına dair derinlemesine iç görüler elde edilebiliyor. Bu iç görüler, pazarlama stratejilerimizi daha kişiselleştirilmiş ve hedef odaklı hale getirmemize olanak tanıyor. Örneğin; doğru zamanda sunulan özelleştirilmiş tekliflerle müşteri bağlılığı artırılırken, sepet değerleri de yükseliyor. Ayrıca, ürün talep eğilimlerini öngörerek stok yönetiminde verimlilik sağlıyor ve envanter kayıplarının önüne geçiyoruz. Bu da doğru ürünün doğru zamanda müşterilere sunulmasını mümkün kılıyor. Fiyatlandırma stratejilerimizi de bu verilere dayanarak şekillendiriyor ve kâr marjını optimize edebiliyoruz. Sonuç olarak, bu veri odaklı yaklaşımlar satış süreçlerini daha etkin hale getirirken, iş ortaklarımızın pazarda rekabet avantajı kazanmalarına ve sürdürülebilir bir büyüme elde etmelerine yardımcı oluyor.”



GİZEM KILIÇARSLAN

ile birlikte gıda ve kozmetik gibi hızla gelişen sektörlerde büyümeye devam etmeyi hedefliyoruz.

Yurtdışının payı nedir cironuzda? Yurtdışında büyüme hedefleriniz nelerdir? Hangi ülkelere açılma planınız var?

Şu anda yurtdışının ciromuzda doğrudan bir payı bulunmuyor. “Bir yolculuk, tek bir adımla başlar” der Lao Tzu. Biz de bu adımları 2024 yılının son çeyreğinde attık, 2025’te hızla ilerlemeyi planlıyoruz. Bu süreçte, yurtdışı operasyonlarımızı genişletmeye odaklanıyoruz. Yurtdışındaki varlığımızı artırarak hem markalarımızı globalde daha görünür kılacak hem de ciromuza

güçlü bir katkı sağlayacağız. 2025 yılının sonunda, yurtdışının ciromuzdaki payının yüzde 30-35 aralığında olmasını bekliyoruz. Bu hedefe ulaşmak için, güçlü iş ortaklıkları ve distribütörlük anlaşmaları kurarak globalde stratejik adımlar atıyoruz.

Pozitera Akademi’den bahsedebilir misiniz?

Pozitera Akademi, sadece teknik becerilerin geliştirilmesine odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda çalışanların kariyer yolculuklarını ve kişisel gelişimlerini destekleyerek, onların yeteneklerini en üst seviyeye çıkarmayı hedefleyen bir yapı. Akademi ile çalışanların iş tatmini ve motivasyon-

larını artırarak, bireylerin potansiyellerini gerçekleştirmelerine olanak tanıyoruz. Bu yaklaşımla, çalışma arkadaşlarımıza sadece mesleki bilgi değil, aynı zamanda sürekli öğrenme ve gelişme fırsatı sunarak, onların iş yaşamındaki mutluluklarını ve başarılarını ön planda tutuyoruz. Pozitera Akademi, çalışanların dijital dönüşüme hızla adapte olmalarını sağlamak amacıyla teknolojik becerilerini artıracak. Yapay zekâ, veri analitiği, otomasyon sistemleri ve omni-channel stratejiler gibi yeni teknolojilere yönelik eğitimlerle, perakende sektöründeki dijitalleşme süreçlerini hızlandıracak. Ayrıca, sektörel gelişmeler ve inovasyonlar konusunda güncel eğitimlerle firmalar, yeni tüketici trendlerine ve pazar dinamiklerine hızla uyum sağlayabilecek. Özellikle sürdürülebilirlik, e-ticaret entegrasyonu ve veriye dayalı karar destek sistemleri gibi konularda uzmanlaşarak rekabette öne çıkmalarına yardımcı olunacak. Sonuç olarak, Pozitera Akademi hem bireysel yetkinlikleri artıracak hem de perakende sektörünün genel verimliliğini ve yenilikçiliğini güçlendirecek, iş ortaklarına sürdürülebilir büyüme sağlayacak bir yapı sunacak.

Hangi şirketlerle çalışıyorsunuz?

Uzun yıllardır birlikte çalıştığımız ve güvene dayalı bir iş birliği geliştirdiğimiz birçok değerli marka bulunuyor. Arçelik, Aygaz, Baymak, Bilkom, Boğaziçi Dağıtım, B/S/H, Feast, Gedik Piliç, Haier, İHE, Karcher, Mobiltel, Panasonic, Remington, The Whirl Roastery, Token Flex ve Varta gibi sektörlerinde öncü markalarla uzun soluklu iş ortaklıkları kurmuş durumdayız. Bu iş birlikleri, Pozitera’nın sektördeki güçlü konumunu ve sunduğu hizmetlerin kalitesini yansıtıyor. Bunun yanı sıra, portföyümüz her geçen gün genişlemeye devam ediyor. Farklı sektörlerden yeni markalar da bünyemize katılıyor ve iş birliklerimizi çeşitlendiriyoruz. Özellikle perakende, teknoloji, gıda, tüketici elektroniği ve dayanıklı tüketim malları gibi pek çok sektörde, yenilikçi ve kapsamlı çözümler sunarak müşterilerimize değer katıyoruz. Bu genişleyen iş ortaklığı ağıımız, hem şirketimizin büyümesine katkı sağlıyor hem de müşterilerimize sunduğumuz hizmetlerin kapsamını ve kalitesini artırıyor.

“Yerli markaları ABD pazarına açıyoruz”

Girişimci Bashak İlhan, Road Global’le yerli markaların Amerika pazarına açılmasına destek oluyor. Markalara stratejiden operasyona pek çok konuda hizmet verdiklerini söyleyen İlhan, her marka için özelleştirilmiş bir yol haritası çizdiklerini söylüyor.

Dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alan ABD, 330 milyonu aşan nüfusuyla girişimciler ve yatırımcılar için pek çok iş fırsatı sunuyor. Ancak sıkı bir rekabetin olduğu pazara doğru stratejilerle girmek büyük önem taşıyor. Uzun yıllardır New York’ta yaşayan seri internet girişimcisi ve dijital stratejist Bashak İlhan, Amerika pazarına açılmak isteyen markaların desteğe ihtiyacı olduğunu görerek bu alana yatırım kararı aldı. “Kendi girişimlerimde ihtiyaç duyduğum desteği ve doğru rehberliği ararken fark ettim ki, markaların yurtdışına açılırken kapsamlı bir stratejiye ve güvenilir bir partnere ihtiyacı var. Bu motivasyonla, her türlü pazarlama, operasyon ve strateji ihtiyacını karşılayabilecek bir ajans oluşturmak istedim” diyen İlhan, bugüne kadar 100’ün üzerinde markaya danışmanlık verdi. Ticaret Bakanlığı’nın ihracatı teşvik etmek için firmalara birçok destek sağladığına dikkat çeken İlhan, ABD pazarına girmek isteyen markaların strateji ve markalaşmaya dikkat etmesi gerektiğini söylüyor.

Kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz?

Ben Bashak İlhan, seri internet girişimcisi, dijital stratejist ve e-ticaret uzmanıyım. Şu ana kadar 3’ü Amerika’da olmak üzere dört şirket kurdum ve bunlardan ikisini milyon dolar değerinde başarılı bir şekilde sattım. 2014’ten bu yana Amerika’da üç farklı eyalette faaliyet gösteren Road Global isimli perakende yönetim ajansımın kurucusu ve CEO’suyum. Aynı zamanda Road Akademi ile girişimcilere ve markalara yönelik eğitimler veriyorum. Amerika paza-

BASHAK İLHAN



rındaki geniş tecrübemle, markaların global arenada başarıya ulaşmaları için stratejiler geliştiriyor ve yol gösteriyorum.

Road Global ne zaman kuruldu? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

Road Global'i 2014 yılında New York'ta kurdum. Kendi girişimlerimde ihtiyaç duyduğum desteği ve doğru rehberliği ararken fark ettim ki, markaların yurtdışına açılırken kapsamlı bir stratejiye ve güvenilir bir partnere ihtiyacı var. Bu motivasyonla, her türlü pazarlama, operasyon ve strateji ihtiyacını karşılayabilecek bir ajans oluşturmak istedim. Girişimcilerin Amerika'da başarıya ulaşmaları için gereken her türlü desteği sağlayan bir ekosistem yaratmayı hedefledim. Road Global, tam da bu ihtiyaçlara yanıt veren ve markaların Amerika pazarına doğru adımlarla girmesini sağlayan bir çözüm platformu olarak doğdu.

Bugüne kadar kaç markayı Amerika'ya açtınız?

Road Global olarak bugüne kadar 100'den fazla markaya danışmanlık verdik. Ancak bu markalar arasında sabır gösterip uzun vadeli başarıyı yakalayan 10 marka, şu anda Amerika'da büyümeye ve gelişmeye devam ediyor. Bizim için önemli olan, markaların pazardaki zorluklara karşı dirençli olması ve istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmeleri.

Nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Öncelikle bulunduğumuz pazarı çok iyi tanıyoruz ve her marka için özelleştirilmiş bir yol haritası çiziyoruz. İlk adımda, bize gelen markayı derinlemesine anlamaya çalışıyoruz: mevcut durumu, başarıları, büyüme potansiyeli gibi unsurlar bizim için çok önemli. Ardından, Amerika pazarında markaya uygun olan segmenti, rakipleri, fiyatlandırma stratejisini ve koleksiyonları analiz ederek bir satış stratejisi oluşturuyoruz. Strateji belirledikten sonra bu planı hayata geçirmek ve günlük operasyonları yönetmek bizim asıl işimiz.

Türk markaları için Amerika'daki fırsatlar nelerdir? Hangi sektörler öne çıkıyor?

Amerika, çok büyük ve satın alma gücü yüksek bir pazar. Ancak bu pazara giriş asla kolay değil; rekabet oldukça yüksek. Yine de doğru stratejiyle giriş yapıldığında, Amerika

Üç ana başlıkta hizmet veriyor

■ **Strateji:** Markaların yol haritasını belirliyor, şirket yapısını şekillendiriyor ve kapsamlı pazar araştırmaları yapıyor. Markanın mevcut durumu, potansiyel büyüme gücü ve pazardaki konumunu analiz ediyor.

■ **Tasarım:** Markalaşma sürecinde ihtiyaç duyulan her türlü yaratıcı tasarım hizmetini sunuyor. Logo, marka kimliği, Shopify tabanlı e-ticaret siteleri, katalog tasarımları gibi her aşamada yanlarında oluyor.

■ **Satış ve Operasyon:** Markaların Amerika'da başarılı olabilmesi için satış kanallarını optimize ediyoruz, depo ve lojistik süreçlerini yönetiyor. Ayrıca, operasyonun tüm detaylarını yürütüyor, markanın büyüme süreçlerini destekliyor.

istikrarlı ve sürdürülebilir bir pazar sunuyor. Son beş yılda özellikle tekstil sektöründe büyük fırsatlar gördük. Bunun yanında, mobilya, inşaat malzemeleri, gıda ve tüketim ürünleri de Amerika'da Türk markalarının başarı gösterebileceği sektörler arasında. Markalar bu pazara giriş yaparken, rekabetin yoğun olduğunu bilerek sağlam adımlarla ilerlemeli.

Amerika ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi nedir?

Amerika ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi son yıllarda önemli bir ivme kazandı. 2022 yılı itibarıyla ticaret hacmi 32.4 milyar dolar seviyesine ulaştı. Türkiye'nin Amerika'ya en çok ihraç ettiği ürünler arasında otomotiv, tekstil, tarım ürünleri, makineler ve beyaz eşyalar bulunuyor. Amerika'nın Türkiye'ye ihracatında ise tarım ürünleri, kimyasallar, uçak ve havacılık ekipmanları, enerji ürünleri öne çıkıyor. İki ülke arasındaki ticaret hacmi hızla artmasına rağmen, potansiyelin daha da yüksek olduğunu düşünüyoruz.

Ticaret Bakanlığı'nın verdiği destekler nelerdir?

Ticaret Bakanlığı, ihracatı teşvik etmek için firmalara birçok destek sağlıyor. Yurtdışı pazar araştırması, fuar katılımı, marka tescili ve tanıtım faaliyetleri gibi birçok alanda firmalara finansal teşvikler sunuyor. Özellikle yurtdışı fuar katılımlarında stand, ulaşım ve tanıtım masraflarını karşılayan bu destekler, Türk firmalarının uluslararası arenada kendilerini tanıtmalarına yardımcı oluyor. Ayrıca, firmaların e-ticaret platformlarına üyelik ve yurtdışında ofis açma gibi masrafları için de teşvikler bulunuyor.

Amerika pazarına açılmak isteyen markaların dikkat etmesi gereken noktalar nelerdir?

Amerika pazarına girmeyi planlayan markalar için en önemli iki nokta strateji ve markalaşma. Bu konuları hafife almamaları gerekiyor. Strateji tam olarak oturmadan ve markalaşma süreci tamamlanmadan pazara giriş yaparsanız, rekabet içinde yerinizi bulmak neredeyse imkansız hale gelir. İkinci olarak, mevcut pazarlarınızdaki başarıları unutmanız gerekebilir. Türkiye'de çok iyi satan bir ürün, Amerika'da aynı başarıyı yakalayamayabilir. Burada önemli olan, pazara gireceğiniz ülkenin tüketici taleplerine uyum sağlamak ve onlara yönelik çözümler üretmek.

Road Akademi'den bahsedebilir misiniz? Kaç kişiye eğitim verdiniz, hedefleriniz nelerdir?

Road Akademi'de şu ana kadar 5 bin'den fazla öğrenciye Amerika'da e-ticaret konusunda eğitim verdim ve online derslerim hâlâ sitemizde yayında. Amacım, girişimcilerin kulaktan dolma bilgilerle hareket edip Etsy ya da Amazon gibi platformlarda yanlış adımlar atarak para kaybetmelerini önlemek. Doğru soruları sorabilmek için bile konuya hakim olmanız gerekiyor. "5 Adımda Amerika'da Şirketinizi Kurun" adını verdiğim eğitim, temel bilgileri vererek nereden başlamanız gerektiğini gösteriyor. Bunun yanı sıra Amerika'da girişimci olmak, dijital marka kurmak, pazar yerleriyle çalışmak gibi konularda hem eğitim hem de danışmanlık hizmeti veriyorum. Hedefim, daha fazla girişimcinin doğru bilgiyle hareket edip Amerika pazarında başarıya ulaşmasına yardımcı olmak.

Endüstriyel robotlarıyla globalde büyüyecek

Endüstriyel otomasyon ve malzeme taşımacılığı alanında çözümler geliştiren ve yıllık 500 adet robot üretimi kapasitesine ulaşan Bluepath Robotics; 2024'ü 6 milyon Euro, 2025'i 10 milyon Euro ciroyla kapatmayı hedefliyor. "Ciroda ihracat odaklı ilerleyerek global büyümemizi sürdüreceğiz" diyen Bluepath Robotics Genel Müdürü İsmail Hakkı Savcı; 2024 son çeyrekte ABD, 2025 ilk çeyrekte Almanya ofisini açmayı planladıklarını da kaydediyor.

Bluepath Robotics, Ford Otosan'ın kurum içi girişimi olarak malzeme taşımacılığı alanında esnek ve verimli çözümler sunma vizyonuyla yola çıktı. Kocaeli Gölçük'teki fabrikasında yapılan üretimle şirket, endüstriyel otomasyon ve malzeme taşımacılığı alanında geleceğin fabrikalarını ve depolarını şekillendirecek çözümlerini, sektör profesyonellerine sunuyor.

Bluepath Robotics'in odak noktasında, endüstriyel alandaki ihtiyaçlara yönelik özelleştirilebilir çözümler sunarak başta Türkiye olmak üzere global pazardaki dönüşümü ve endüstriyi geliştirecek çözümler sunmak yer alıyor. Biz de Bluepath Robotics'i daha yakından tanımak, şirketin faaliyetleri ve yeni dönem hedefleri hakkında detaylı bilgiler almak üzere şirketin Gölçük'teki 4 bin metrekarelik fabrikasını ziyaret ettik.

"Robotik sektörde Türkiye'nin en büyüğüz"

Dört yıllık bir sürecin ardından 2023 yılı sonunda 2 milyon Euro yatırımla kurulan ve geldiği noktada yıllık 500 adet otonom mobil robot (AMR) üretim kapasitesine sahip olan Bluepath Robotics, geleceğin endüstriyel süreçlerini dönüştürme hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor. Bluepath Robotics Genel Müdürü İsmail Hakkı Savcı, "2 milyon Euro sermayeyle kuruluşumuzu gerçekleştirmemiz bizi, robotik teknolojiler alanında iddialı bir girişime dönüştürdü. İlk adımlarımızı sağlam bir şekilde atabilmek için sağlanan bu sermaye,



altyapımızı kurmamızı ve ilk ürünlerimizi geliştirmemizi mümkün kıldı" diyor.

İsmail Hakkı Savcı; Ford Otosan'ın otonom malzeme taşımacılığı ihtiyaçlarına çözüm sunarken şu anda Türkiye'de otomotiv, lojistik ve ağır sanayi alanlarında güçlü bir konum elde ettiklerini kaydediyor. Savcı; üretim kapasitesi ve alanı olarak robotik sektörde Türkiye'nin en büyüğü olan Bluepath Robotics'in 50 kişilik güçlü ekibiyle şimdiye kadar 160 AMR'i başarıyla konuşturduğu ve 120 yeni proje üzerinde çalışmaya devam ettiği bilgisini de veriyor.

"ABD ve Almanya ofislerimizi açacağız"

İhracat odaklı stratejisiyle, Avrupa ve

Amerika gibi uluslararası pazarlarda büyümeyi hedefleyen Bluepath Robotics, 2024 yılı sonunda 6 milyon Euro, 2025 yıl sonunda ise 10 milyon Euro ciro hedefliyor. Bugüne kadar beş farklı OEM tesisi ve 12 büyük projeyi tamamladıklarını belirten İsmail Hakkı Savcı, fabrikaların operasyonel verimliliğini artırarak global pazarda dikkat çektiklerinin de altını çiziyor. Gelecek planlarının ihracat odaklı büyümeye dayandığını vurgulayan Savcı, şöyle devam ediyor:

“Ciroda ihracat odaklı ilerleyerek global büyümemizi sürdüreceğiz. 2024 yıl sonu hedefimiz doğrultusunda, ihracat faaliyetlerimizi artırarak uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konum elde etmeyi amaçlıyoruz. İhracat odaklı stratejimizle 2024 yılının son çeyreğinde ABD ve 2025 yılının ilk çeyreğinde de Almanya ofislerimizi açmayı planlıyoruz. Avrupa ve ABD gibi stratejik bölgelerdeki projelerimiz, özellikle robotik teknolojilere olan talebin hızla arttığı pazarlarda bize önemli fırsatlar sunuyor. Bu bağlamda, markamızın yenilikçi çözümleri ve küresel iş birlikleri sayesinde genişleyen müşteri tabanımızla daha da güçleniyoruz. Global pazarda rekabetçi bir oyuncu olma hedefimiz, teknolojik ilerlemelerimiz ve iş ortaklıklarımızla ivme kazanıyor.”

“Özelleştirilmiş çözümler sunuyoruz”

Bluepath Robotics’in otonom mobil robotlar, trafik yönetim sistemi yazılımı, tesis iletişim yazılımı ve benzeri geniş ürün yelpazesi, endüstriyel dönüşümü yönlendirecek teknolojik çözümleri temsil ediyor. Şirketin ürün portföyündeki 10 model, üç ana ürün ailesine yayılmış durumda.

Müşterilerine özelleştirilmiş çözümler sunduklarına dikkat çeken İsmail Hakkı Savcı, ayrıca Stacker AMR (otonom mobil robot) modelinin de geliştirme sürecinde olduklarını aktarıyor. Buna ek olarak outdoor AMR (otonom mobil robot) için de Horizon projesi kapsamında çalışmalarını sürdürdüklerine dikkat çeken İsmail Hakkı Savcı, “Yazılım alanında ise lojistik süreçlerin optimize edilmesi ve operasyonların izlenmesine yönelik yenilikçi yazılım çözümlerimizle, global pazarlarda rekabet gücümüzü artırmaya devam ediyoruz” diye konuşuyor.



FEHİM DÜZGÜN / BLUEPATH ROBOTICS CCO'SU

“Uluslararası alanda sürdürülebilir bir büyüme sağlamayı hedefliyoruz”

■ **“GÖLCÜK FABRİKAMIZ KİLİT BİR ROLE SAHİP”** İhracat odaklı büyüme stratejimizi önceliklendiriyoruz. Gölcük'teki fabrikamız, Bluepath Robotics'in uluslararası büyüme stratejilerinde kilit bir rol oynuyor. Tesisimiz, yalnızca teknolojik altyapımızı güçlendirmekle kalmıyor, aynı zamanda global ihracat hedeflerimize ulaşma noktasında kritik bir merkez haline geliyor.

■ **“MÜŞTERİLERİMİZE REKABET AVANTAJI SAĞLIYORUZ”** Geliştirdiğimiz otonom mobil robotlar ve yenilikçi sistem çözümlerimiz, malzeme taşıma ve lojistik operasyonlarının verimliliğini artırarak müşterilerimize rekabet avantajı sağlıyor. Her sektördeki özgün ihtiyaçları anlayarak, esnek ve özelleştirilebilir çözümler sunmaya odaklanıyoruz. Bu sayede; depolama, lojistik ve üretim süreçlerini optimize ederek, operasyonel maliyetleri düşürüyor ve iş süreçlerini daha akıcı hale getiriyoruz.

■ **“AR-GE İLE KONUMUMUZU GÜÇLENDİRİYORUZ”** Üretim, lojistik ve depolama alanlarında kullanılan ürünlerimizle endüstriyel dönüşüme öncülük etmeyi hedefliyoruz. Stratejik yatırımlarımız ve AR-GE çalışmalarımızla sektördeki konumumuzu güçlendirirken, uluslararası alanda sürdürülebilir bir büyüme sağlamayı amaçlıyoruz.



Yapay zekanın geleceği konuşuldu

Bugüne kadar 25'in üzerinde yüz yüze toplantı ve altı adet büyük zirvede C-Level seviyesinde 3 bin yöneticiye ulaşan Vizyon 100 Platformu, global yolculuğun ilk adımını ikinci kez Çeşme'de düzenlenen 6. Dijital CEO ve Liderler Zirvesi'nde attı. Global liderlerle birlikte toplam 500 yöneticinin Çeşme'de bir araya getirilerek, 'metal yaka'nın masaya yatırıldığı zirvede, 12 global markanın dünya başkanı da ağırlandı.

Vizyon 100 üst düzey iletişim ve etkinlik platformu dijital çağın yeni kurallarına kurumların daha rahat uyum sağlamaları ve kendi aralarında dijital ekosistemlerini oluşturabilmeleri için 2017 yılında yolculuğuna başladı. Platform katılımcıları büyük oranda genel müdür olmak üzere genel müdür ve genel müdür yardımcısı seviyesindeki yaklaşık 250 üst düzeyden oluşuyor. Platforma katılımlar referanslarla gerçekleşiyor. Belirli periyotlarda belirli bir konuda moderatör eşliğinde 1 CEO, 1 Fikir, 1 Dönüşüm başlıklı yemekli toplantılar düzenlenerek şirketler ve yöneticiler arasında iletişim geliştiriliyor.

Yaklaşık 3 bin C-Seviyesi yönetici ile doğrudan iletişim halinde olan Vizyon 100 Platformu, 6. Dijital CEO ve Liderler Zirvesi bu yıl 4-5 Ekim tarihlerinde Çeşme'de düzenlendi. Zirvenin açılışı T.C. Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat'ın katılımı ile gerçekleşti. Türkiye ekonomisinde sürdürülebilir büyüme ve istikrarın sağlanması için hem hükümet hem de Ticaret Bakanlığı olarak sektörlerin, yapay zekâ da dâhil olmak üzere dijital dönüşüm ve değişimlere adaptasyonlarına yönelik iş birliğe önem verdiklerini belirten Bolat, bu kapsamda, tarama sistemlerinden alınan görüntülerin yapay zekâ yöntemleri ile anlamlandırılarak, imaj analizinde etkinliğin artırılması için bir yapay zekâ modeli geliştirilmesini hedeflediklerini kaydetti. Bu modelin ilk adımlarını gümrüklerde attıklarını açıklayan Bolat, "Gümrük sahalarından geçen eşyaya ilişkin



Hedef 30 global marka

Bundan 7 yıl önce yola çıkılarak bir hayal kurduklarını belirten Vizyon 100 Danışma Kurulu Başkanı Bülent Kutlu, "Nasıl ki; İsviçre'nin Davos kabası Dünya Ekonomik Forum (WEF) ile özdeşleşmişse, Dijital CEO ve Liderler Zirvesi'ni de Çeşme ile özdeşleştirerek, etkinliğimizin global dönüşümünü güçlendirmek istiyoruz" dedi. Bu hedef 5 yıl içerisinde ulaşmanın gayreti içerisinde olduklarını kaydeden Bülent Kutlu, "Burada yöntemimiz hali hazırda bünyemizde yer alan 35'i aşkın global markaların Türkiye üst yöneticilerini yanımıza alarak, bu markaların dünya liderlerine ulaşmaya çalışıyoruz. Bu sayede hem etkinliklerimize gelmelerini sağlamış oluyoruz hem de çok önem verdiğimiz kitaplarımızda yazılarına yer vererek, kıymetli görüşlerini tüm üyelerimiz ile paylaşmalarına öncülük etmiş oluyoruz" diye konuştu. Bu yılki 6. Dijital CEO ve Liderler Zirvesi'ne 12 global markanın dünya liderinin katıldığını ve kitaba yazılarıyla katkı sağladıklarına dikkat çeken Bülent Kutlu, "Hedefimiz 2025 yılında 30 global markanın dünya liderlerinin zirvemize katılımını sağlamak. Bunun için de şimdiden çalışmalarımıza başladık" dedi.



TEOMAN ALPER YİĞİT - BÜLENT KUTLU - BERKAY GÜNER

Metal yaka konsepti

Bu yılki zirvenin 'Metal Collar (AI) - Metal Yaka (YZ)' konseptiyle gerçekleştirildiğine dikkat çeken Bülent Kutlu, "Metal Yaka aslında yapay zeka ile desteklenmiş robotları öne çıkarıyor. Robotlar fiziksel ya da yazılımsal olabilir. Tüm sektörlerde yapay zekanın etkisini fırsat ya da tehditleri ile beraber ele alacağız. Her biri farklı sektörden olmak üzere yaklaşık 50 konuşmacı yer alacak zirvede" dedi. Zirve sonrasında İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü akademisyenleri ile beraber 'Strateji Belgesi' yayınlayacaklarını da kaydeden Bülent Kutlu, bunu tüm dünyaya duyuracaklarını açıkladı. Bülent Kutlu, "Aynı zamanda 'Digital CEO & Leaders / Metal Collar (AI), 2025' başlıklı kitabımızı da bu zirvede sunduk. Kitapta yaklaşık 15 global liderin görüşleri de yer alıyor. Kitabı 2025 yılında dijital olarak tüm dünyaya ulaştırmaya çalışacağız" dedi.

muhtemel uyumsuzluklar veya taşıt hareketlerindeki anomalilerin MUHAFAZ adı verilen bir yapay zekâ yazılımı ile tespit ediyoruz. Ayrıca, gümrük kontrollerinde etkinliği artırarak, zamandan tasarruf sağlayan araç ve konteyner tarama sistemlerinin yerli ve milli imkanlarla üretilmesine imkân veren MİLTAR ekosisteminde de yapay zekâyı devre aldık" dedi.

Vizyon 100 Organizasyon Kurulu Başkanı Berkay Güner ise zirvenin bu yılki konseptinin ise 'Metal Yaka' yani yapay zeka ile desteklenmiş robotlar olduğunu belirterek, "Zirvemizde özel sektör bazında Türkiye GSYH'nin yaklaşık yüzde 75'ini oluşturan firmalardan 500'ü aşkın yöneticinin yer alıyor" dedi.

Dijital dönüşüm hamlesi

Türkiye ekonomisinde sürdürülebilir büyüme ve istikrarın sağlanması için hem hükümet hem de Ticaret Bakanlığı olarak

sektörlerin, yapay zekâ da dâhil olmak üzere dijital dönüşüm ve değişimlere adaptasyonlarına yönelik iş birliği önem verdiklerini ve bunu desteklediklerini belirten Bakan Ömer Bolat, "Ülkemizin dijital dönüşüm hamlesi ve dijital çağın gereklilikleri doğrultusunda, Ticaret Bakanlığı olarak teknik alt-



yapımıza yapay zekâ destekli uygulamaların kazandırılması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu kapsamda, gümrük süreçlerinin basitleştirilmesi ve hızlandırılması amacıyla gümrük işlemlerinin ağırlıklı olarak dijital-

leştirilmesinin yanında, gümrükler başta olmak üzere Ticaret Bakanlığımızın birçok faaliyet alanında yapay zekâ teknolojilerini de kullandığımızı memnuniyetle belirtmeliyim" diye konuştu.

Akıllı ihracat robotu

Gümrük sahalarından geçen eşyaya ilişkin muhtemel uyumsuzluklar veya taşıt hareketlerindeki anomalilerin MUHAFAZ adı verilen bir yapay zekâ yazılımı ile tespit edildiğine dikkat çeken Bolat, "Böylece hem gümrük kontrollerinde uyumsuzlukların tespitinde hem de görüntülerin analiz edilerek riskli eşya ve kişilerin tespit edilmesinde makine öğrenmesi tekniklerinden 'tahminleme yöntemi' kullanılmaktadır" dedi. Ayrıca, gümrük tespit teknolojilerinde önemli bir yeri olan ve gümrük kontrollerinde etkinliği artırarak, zamandan tasarruf sağlayan araç ve konteyner tarama sistemlerinin yerli ve milli imkanlarla üretilmesine imkân veren MİLTAR ekosisteminde de yapay zekâyı devreye aldıklarını ifade eden Bolat, bu kapsamda, tarama sistemlerinden alınan görüntülerin yapay zekâ yöntemleri ile analizlenilerek, imaj analizinde etkinliğin artırılması için bir yapay zekâ modeli geliştirilmesini hedeflediklerini söyledi.

Dijital dönüşüm vizyonu doğrultusunda gümrük idaresinden başka ihracatta da yapay zekâ teknolojilerinin kullanıldığını kaydeden Bolat, bu amaçla geliştirilen yapay zekâ destekli Kolay İhracat Platformu'nun (KİP); ihracatçıların ürününü nereye ihraç edeceği, hangi ürünü ihraç edeceği gibi sorulara makine öğrenmesi algoritmalarını kullanarak çözümler sunduğuna dikkat çekti. Bolat, "Platformun en büyük yeniliklerden biri makine öğrenmesi algoritmaları ile hedef pazar önerisi yapan 'Akıllı İhracat Robotu'dur. Üçüncü alan olarak, Ticaret Bakanlığımızın iç ticaretle ilgili hizmetleri de dijital ortama taşıyor. Bu amaçla, MERSİS faaliyete alındı. Diğer taraftan, 'MERSİS Mobil Uygulama' ile kuruluş, firma bilgileri sorgulama, kimlik numarası üzerine kayıt eklemeye gibi işlemlerin hızlı ve kolay bir şekilde mobil cihazlar üzerinden de yapılmasına imkân sağlandı" şeklinde konuştu.

Üç ortaktan enerji depolama yatırımı

Bihter Koçum, Hikmet İp ve Selim Oğul tarafından kurulan yeni nesil bir enerji şirketi Supracap, Türkiye’de yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen enerjinin depolanması için hücre dahil yerli ve milli süperkapasitör teknolojisi geliştirmeyi hedefliyor.

Girişimciler Bihter Koçum, Hikmet İp ve Selim Oğul tarafından geçen yıl kurulan yeni nesil bir enerji şirketi Supracap, Türkiye’de yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen enerjinin depolanması için hücre dahil yerli ve milli süperkapasitör teknolojisi geliştirmeyi hedefliyor. Dünyaca ünlü Enercap Energy ile

teknoloji iş ortaklığı olan şirket, süperkapasitör teknolojisini Türkiye’de geliştirerek, bu alanda yeni bir dönem başlatmayı planlıyor. Beş yılda Supracap Enerji’nin 1 milyar dolarlık ciroya ulaşmayı hedeflediklerini belirten Supracap Enerji Kurucu Ortağı Bihter Koçum, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

“80 milyon dolarlık yatırım planlıyoruz”

“Hücre dahil yerli ve milli süperkapasitör teknolojisi geliştirmek amacıyla kuracağımız tesis ülkemizde bir ilk olacak. Tesiste batarya hücresi de dahil ilk etapta bin 500 MW kapasite hedefiyle üretim yapacağız. Sektördeki fırsatlarla birlikte 2028 yılına kadar 5 bin MW üretim kapasitesine ulaşmayı planlıyoruz. Bu üretim kapasitesi, Türkiye’de yıllık yaklaşık 750 bin hanenin bir yılda tükettiği enerjiye denk geliyor. Ar-Ge merkezi de kuracağız. Öncelikle şebeke ölçekli enerji depolama bataryaları ile üretime başlayarak, yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen enerjinin depolanmasına odaklanacağız. İlerleyen dönemlerde müstakil enerji depolama tesisleri, büyük sanayi tesisleri, şebekesiz sistemler, baz istasyonları, elektrikli araç depolamalı şarj istasyonları gibi alanlarda da aktif olacağız. 2028 yılına kadar toplamda 80 milyon dolarlık yatırım planlıyoruz. Bu yatırım, tesis altyapı kurulumu, üretim hatlarının oluşturulması, teknolojinin geliştirilmesi gibi alanları kapsıyor.”



Üç kişi nasıl bir araya geldiniz, görev tanımları nasıl?

Üç kurucu ve yönetici ortak olarak yola çıktık. Ben, yönetici ortaklarımız Hikmet İp ve Selim Oğul ile geçmiş kurumsal hayatımızda uzun yıllar birlikte çalışma imkanı olmuştuk, son dönemde özellikle enerji sektörü ilgimizi çekmekteydi. Sektöre yenilenebilir enerji ve daha özelden depolama teknolojileri tarafında girmeye karar verdik. Depolama alanındaki araştırmalarımız, geleneksel depolama teknolojilerinin ötesinde bir teknoloji ile buluştuğunda sonuç verdi ve fark yaratmak için harekete geçtik.

Global iş ortağınız hangi alanlarda faaliyet gösteriyor? Sizinle mi Türkiye pazarına girdiler? Türkiye pazarına girmelerinde neler etkili oldu?

Global iş ortağımız Enercap Energy, başta süperkapasitör teknolojisi olmak üzere enerji depolama alanında dünyanın önemli oyuncularından biri. Süperkapasitörlerin aslında uzunca bir geçmişi var. 1957 yılında General Electric’te çalışan mühendislerin çalışmalarıyla gelişen bir teknoloji. 2000’li yıllardan itibaren ileri malzeme bilimindeki gelişmelerle enerji yoğunlukları iyice artırılarak, enerji sistemleri ve endüstriyel uygulamalarda yerini aldı. Teknoloji ortağımız Enercap Energy gibi yenilikçi çözümler üreten şirketler sayesinde de süperkapasitör bataryaları büyük enerji altyapı projelerinde güvenilir ve sürdürülebilir bir enerji depolama çözümü olarak kullanmak mümkün oldu. Biz de Supracap olarak, süperkapasitör teknolojisini ülkemizde geliştirerek, bu alanda yeni bir dönem başlatmak istiyoruz.

Bu şirketi kurarken sektörün hangi dinamiklerinden yola çıktınız? Türkiye’de bu alandaki mevcut durum ve

ülkedeki potansiyele ilişkin değerlendirmeleriniz nedir?

Uluslararası Enerji Ajansı'nın (IEA) 2024 raporuna göre, 2023 sonu itibarıyla dünya üzerinde kurulu enerji depolama kapasitesi 190 GWh'e ulaşmış durumda. Bunun yaklaşık 90 GWh'lik kısmı 2023 yılında eklenmiş. Benzer durum bir önceki yıl için de geçerli. Var olan 55 GWh toplam kapasite 2022 yılı içinde yapılan yaklaşık 45 GWh kurulumla 100 GWh'e çıkmış. Neredeyse her yıl, var olan kadar daha yeniden kurulum yapılıyor. Bu kadar hızlı bir kurulum ihtiyacı, yenilenebilir enerjiye geçiş sürecinin hızlanmasıyla doğrudan ilişkili. En çok batarya kurulumu yapan ülkeler, yenilenebilir enerjiye en çok yönelen ülkeler. Bu anlamda dünyada başı Çin, Avrupa Birliği, ABD ve Avustralya çekiyor.

Türkiye'de henüz hizmete girmiş bir depolama tesisi yok...

Evet yok, ancak özellikle EPDK'nın kurulacak yeni enerji santralleri için depolama üniteleri ile kurulum yapılması kararı sonrası pek çok noktada yeni depolama tesisleri test ediliyor. Şu anda ön lisansı alınmış, kurulum işlemleri yapılan yaklaşık 32 bin MW'lık enerji üretim tesisi var. Bu, yakın bir gelecekte Türkiye'de yaklaşık 30 bin MW'lık depolama ünitesi kurulacağı anlamına da geliyor. Ülkemiz bu alanda güçlü bir potansiyele sahip. Süperkapasitör batarya yatırımımız, ülkemizin sürdürülebilir enerji politikalarıyla uyum içinde. Türkiye'nin 2035 yılında kurulu gücü içindeki yenilenebilir enerjinin payını yüzde 65 seviyelerine çıkarma hedefi bulunuyor. Aynı zamanda Türkiye, 2053 karbon nötr ülke olma hedefi doğrultusunda bu alanda pek çok adım atıyor. Biz de süperkapasitör teknolojisiyle Türkiye'nin enerji üretiminde ve tüketiminde daha sürdürülebilir bir yapının oluşturulmasına katkı sağlamak istiyoruz.

Yol haritanız nedir? Üretim tesisini nerede, ne zaman kurmayı planlıyorsunuz?

İstanbul'da kurmayı planladığımız süperkapasitör batarya tesisimizin inşasına 2024 yılı sonunda başlamayı hedefliyoruz. Tesiste üretim için hedefimiz 2025.

Yurt dışına da açılacak mısınız?

Bizim hedefimiz öncelikli olarak Türkiye'de faaliyet göstermek. İlerleyen dönemlerde komşu ülkelerden başlayarak bölgedeki fırsatları değerlendirmeye odaklanacağız. 2027 yılı itibarıyla 'Made in Türkiye' etiketli süperkapasitör batarya teknolojisini ihraç etmeye başlamayı hedefliyoruz.

HİKMET İP - BİHTER KOÇUM - SELİM OĞUL



Aile şirketleri için başarı nasıl elde edilir?

Kurumsal yönetim anlayışının Türkiye’de tanınması ve gelişmesi amacıyla faaliyetlerini sürdüren Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD), Anadolu’da kurumsal yönetimi anlatmaya devam ediyor. 2024 yılı Anadolu Seminerleri Manisa, Aydın ve Adana’dan sonra 1 Ekim’de Konya’da gerçekleşti. Konya Sanayi Odası’nda gerçekleşen seminerin açılış konuşmalarını TKYD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Tamer Saka, Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Büyükegen ve Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya yaptı.

Açılış konuşmalarının ardından, Nasıl Bir Ekonomi Gazetesi Genel Koordinatörü ve Köşe Yazarı Vahap Munyar’ın moderatörlüğünde gerçekleşen seminerde; TKYD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Tamer Saka, Garanti BBVA KOBİ Bankacılığı Pazarlama Direktörü Nurdan Tunay Günaylı, İstanbul Ekonomi Araştırma Yönetici Ortağı Can Selçuki, Yıldız Pul Otomotiv Motor Parçaları Sanayi A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Seyit Acar konuşmacı olarak yer aldı.

“Tecrübelerimiz geleceği açıklamakta yetersiz”

Seminerde açılış konuşmasını yapan TKYD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Tamer Saka, şöyle konuştu: “Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği olarak, kurumsal yönetimin temel unsurlarının daha iyi kavrandığı, içselleştirildiği ve etkin bir şekilde uygulandığı bir anlayışın yaygınlaşmasına katkı sağlama hedefiyle 21 yıl önce yola çıktık. Kurumsal yönetim konusu artık her kapıyı açan bir anahtar haline geldi. Hepimizin iş hayatında geçirmiş olduğu dönemlere dönüp baktığımız zaman değişimlerin, krizlerin olduğunu görüyoruz. Ancak içine girdiğimiz süreç, öyle bir değişim ve öyle bir belirsizlik orta-

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD, kurumsal yönetim anlayışını yurt çapına yaymak amacıyla sürdürdüğü seminerlere Konya ile devam etti. Seminerde aile şirketlerinin kurumsallaşma süreçlerine dair bilgiler paylaşıldı.

SİBEL KAYA / GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

“Tüm iş ortaklarımızın yanındayız”

“Aile şirketlerimiz bugün hiç şüphesiz ki ekonomimizin, iş dünyamızın itici gücü konumunda. Türkiye, yüzde 99’unu KOBİ’lerin oluşturduğu gelişmekte olan bir ekonomi ve bu şirketlerimizin neredeyse yüzde 95’i de aile şirketi konumunda. Dolayısıyla yatırımlarıyla, üretimleriyle, istihdamıyla, tüm dünyaya ihracatlarıyla Türkiye ekonomisini ayakta tutan, büyüten ve güçlendiren bu şirketlerimizin sürdürülebilirliğini, uzun ömürlü olmalarını sağlamak son derece önemli. Bunu

sağlamanın yolu da kurumsallaşmadan, kurumsal yönetim ilkelerini benimsemekten geçiyor. Garanti BBVA olarak her ölçekten müşterimizin, yönetsel ve finansal anlamda sağlam, sürdürülebilir bir yapıya sahip olmasını fazlasıyla önemsiyoruz. Dünyayla rekabet edecek güçte, adil, şeffaf, sürdürülebilir bir iş modeliyle hareket eden her bir şirket, aynı şekilde güçlü bir ekonominin temel taşı. Bu inançla, birlikte yol aldığımız her işletmemizin büyümesine, ülkeye kalıcı değer yaratmasına katkı sağlamayı önceliğimiz kabul ediyoruz. Geliştirdiğimiz finansal çözümlerin yanında; kendimizi, müşterilerimizi geleceğe taşıyacak bir rehber, profesyonel dönüşümlerinde onlara yol gösteren bir danışman olarak konumluyoruz. Rekabet çok çetin, değişimin çok hızlı olduğu günümüz dünyasında, en küçük ölçekli işletmeden en büyük sanayi kuruluşuna kadar, tüm iş ortaklarımızın büyüme ve kurumsallaşma hikâyelerinde yanındayız, olmaya da devam edeceğiz.”





mı yaratmış durumda ki, her alandaki baskı o kadar fazla arttı ki geçmiş bilgilerimiz ve tecrübelerimiz geleceği açıklamakta yetersiz kalıyor. Bu belirsizlikler önümüzdeki dönemde daha da artabilir. Dolayısıyla artık derin problemlerle karşı karşıyayız. Dünya üzerinde yani jeopolitik risklere baktığımız zaman bambaşka bir tablo var. Diğer yandan dijitalleşme önemli bir yer edinmeye başladı, iş yapma şekillerini ve iş modellerimizi değiştiriyor. Bu değişimler alışık olduğumuz iş yapma şekillerimizi geçersiz kılıyor. Bu yüzden mutlaka ve mutlaka artık kurumlarımızın, şirketlerimizin yönetim anlayışının yönetim felsefelerini ve modellerini güncellemek zorundayız. Şirketlerimizi bu anlamda tekrar donatmamız ve yeni iş yapma modellerini hayata geçirmemiz gerekiyor. 21 senedir artan bir ivmeyle bunu anlatmaya çalışıyoruz. Şirketlerimizin başarılı olabilmesi için mutlaka sistemle dayalı yönetim felsefesinin geliştirilmesi gerekli.” dedi.

“Aile şirketleri toplumun milli değeri”

Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Büyükegen de konuşmasında şu görüşlere yer verdi: “Konya’da bugün sanayi üretimi yapan 12 organize sanayi bölgemiz, 120’nin üzerinde sanayi teknoloji endüstri bölgemiz ve diğer sanayi alanlarımız var. Türkiye’nin öncü şehri haline gelen Konya, 3 bin 400’ün üzerinde ihracatçı firmamızla 195 ülkeye yıllık 3 milyar doların

üzerinde ihracat yapıyor. İhracatımızın yüzde 95’ini sanayi ürünleri oluştururken, Türkiye’nin dördüncü büyük makine ihracatçısı olmaktan da mutluluk duyuyoruz. Dünyada şirketlerin çoğunluğu ülkemizdeki gibi aile şirketleri. İkinci veya üçüncü nesiller de iş başında bulunuyor. Dolayısıyla aile şirketlerimizle sürdürülebilir insan sağlamak için aynı zamanda kurumsallaşma ve aile anayasası gibi kavramların daha da hakim olması gerektiği bir dönemin içerisindeyiz. Şirketleri dedelerimiz, babalarımız veya biz de kurmuş ve büyümüş olabiliriz ancak bu şirketler artık sadece aile bireylerinin değil toplumun ve ülkenin milli değerleri haline gelmiştir. Bu sorumlulukla hareket etmek, kurumsal yönetim anlamında gereken tüm adımları atmak mecburiyettir. Dolayısıyla sürdürülebilir olmayan ve kapanan sadece bir şirket değil ülkemizin sermayesidir, ülkemizin değeridir. Bu yüzden üretimi destekleyen sürdürülebilir kılan tüm mekanizmaların kurumsal bir yapı ile canlı tutulması gerekmektedir.”

“Türkiye zor bir dönemden geçiyor”

Açılış konuşmalarının ardından İstanbul Ekonomi Araştırma Yönetici Ortağı Can Selçuki, “Bugünün yüksek enflasyon ve faiz döneminde tutup da jeopolitik risklerden veya AB’nin yaptıklarından bahsetmek bazen günlük kaygılar çerçevesinde dikkatimizi veremediğimiz konular olabiliyor. Türkiye

zor bir dönemden geçiyor. Türkiye’de artık ekonomiyi dışa daha az bağımlı hale getirmemiz lazım. Bunun 2 tane temel alanı var. Birincisi belirli yapısal dönüşümleri yapmamız lazım. Türkiye’nin verimliliğini artırması yani Konya’nın yapabildiğini yapması lazım. Konya’nın kişi başı ihracat rakamlarına ve ihracatındaki ithalat gerisine baktığımızda hakikaten Türkiye’nin aslında bir bütününde yapması gerekeni Konya’nın gerçekleştirdiğini görüyoruz. Konya verimlilik seviyesinde hakikaten fiyat temelli rekabet değil kalite temelli katma değer temelli rekabeti sağlayabilmiş bir şehrimiz. Şimdi bizim bunu Türkiye genelinde yapmamız lazım” derken; seminerde söz alan Garanti BBVA KOBİ Bankacılığı Pazarlama Direktörü Nurdan Tunay Günaylı da, şöyle konuştu: “Şirketler kurumsallaşmayı benimsediğinde kurallar gayet açık ve net bir şekilde belirlenmiş oluyor. Profesyoneller ve kuşaklar arası ilişkiler bu şekilde kolaylaşıyor. Aslında stratejik yönetim kişilerin şahsi karar ve tercihlerinden uzak kanunlara ve mevzuata uygun bir şirket yönetimi demek. Kurumsallaşmayı başarımlar, sürecin doğal yansıması olarak performans artışı, sürdürülebilir başarı ve karla karşımıza geliyorlar. Tabii bu da şirketin marka değerini ve itibarını yükseltiyor ki ülkemiz aslında markalaşma konusunda ne yazık ki biraz geride kalıyor. Kurumsal yönetimi başarmış şirketler potansiyel yatırımcıların ve yeni ortaklıkların önünü açıyor.”

Sağlıklı yaşam için 'mikro filiz' üretiyor

Yıllarca üniversitede en alt kademeden kıdemli profesör oluncaya kadar onlarca AR-GE projesi yürütmüş bir isim Prof. Dr. Oğuzhan Doğanlar... Tamamladığı projelerden 100'den fazla bilimsel çalışma çıkmış. Bazıları saygın kurumlardan ödüller de almış. Makalelerine, dünyanın farklı yerlerindeki araştırmacılar ve bilim adamları atıfta bulunmuş. Ancak yıllar sonra yaptığı çalışmalara baktığında insanlara faydası olacağına emin olduğu projelerinin onlara ulaşmadığını fark etmiş. Kendi şirketi Micromolecules Biyoteknoloji AR-GE Limited'in ortaya çıkmasında da kafasından geçen bu düşünceler etkili olmuş. İnsanlara ulaşmak ve onlara fayda sağlamak için girişimciliğe koyulan Doğanlar, aracını satın sermaye yaparak yola çıkmış. Sonrasında da KOSGEB'in kapısını çalmış. Üniversite öğretim üyelerinin kendi geliştirdikleri ürünleri ticarileştirebilmesi amacıyla Teknoparklarda şirket açabilmesini sağlayan kanun kapsamında, Trakya Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde 'Biyo-fabrika yöntemi ile bitkilerden nutrasötik üretimine yönelik değerli biyoaktif materyalin üretimi ve aday ürünlerin geliştirilmesi' başlıklı bir adet KOSGEB-AR-GE projesi desteği de alarak faaliyetlerine başlamış. Bugün geldiği noktada; genetik analiz kitleri ve sağlık yaşama destek olmak için dünyada geliştiricisi ve ilk uygulayıcısı olduğu biyofabrika yöntemi ile 'çok özel içerikli mikro filizler' üretiyor.

Doğanlar, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Micromolecules Biyoteknoloji'nin kuruluş öyküsünü anlatır mısınız?

Yıllarca üniversitede en alt kademeden kıdemli profesör oluncaya kadar ve kıdemli profesör olduktan sonra bu zamana kadar onlarca AR-GE projesi yürüttüm ve tamamladım. Ancak insanlara faydalı olacağından

Prof. Dr. Oğuzhan Doğanlar, uzun yıllar pek çok bilimsel çalışmaya imza attıktan sonra geliştirdiği ürünlerle insanlara direk ulaşmak için girişimciliğe soyundu. Doğanlar, şirketi Micromolecules Biyoteknoloji aracılığıyla genetik analiz kitleri ve sağlıklı yaşama destek olmak için 'mikro filizler' üretiyor.

"Müşterilerimizin yüzde 81'i kadın"

"Micro filiz paketlerimiz şu an için, ülkemizde bazı hekimler, diyetisyenler, sağlıklı yaşam ürünleri satan işyerlerinin talepleri üzerine sipariş bazlı satılmakta. Ayrıca oluşturulan www.micromoleculesmarket.com internet sitesinden pazarlanıyor. Bunun yanında az sayıda da olsa Edirne ilinde doğrudan kapıdan satış da yapılmakta. Mevcut durumda ürün tanıtımımız yalnız web sayfası ve Instagram üzerinden yapılıyor. Müşteri grubumuzun en yüksek dağılım gösterdiği yaş grubu 35-64 yaş aralığıdır. 35-64 yaş grubunun yüzde 81'i kadınlardan yüzde 18.9'u erkeklerden oluşuyor. Otoimmün, çeşitli tipte kanser, diyabet, infertilite, kansızlık, hastaları tıbbi tedavilerine destek olmak amacıyla bu filizleri tüketiyor. Ayrıca bağışıklık güçlendirmek, sentetik vitamin desteklerinden kurtulmak, kök hücreler ile kendini yenilemek, zayıflamak, detoks yapmak, kısacası sağlık ve güzellik amacıyla da kullanan çok sayıda kullanıcımız var. Filizlerimiz haftalık olarak tüketilmekte ve müşteriler her hafta bizden yeni ürün almakta. Haftalık yaklaşık bin- bin 200 paket filiz üretilip, paketleyerek, tüm Türkiye'deki kullanıcılara soğuk zincirle ulaştırabiliyoruz."

emin olduğumuz buluşlarımızı bir türlü insanların faydasına sunamadığımızın farkındaydım. Bir 4 çeker kamyonetim vardı. İşe aracımı satın sermaye yaparak başladım. Planlarımı aynı bölümde yine Prof.Dr. olan

eşime anlattım. Biraz tereddüt de olsa "Hayırlı olsun" dedi. Ertesi gün KOSGEB'e gittim. İnanılmaz bir saygı ve güler yüzle karşılandım, beni cesaretlendirdiler ve destekleri ile hep yanımda oldular. Bir AR-GE projesi yazmamı ve girişimci olarak başvurmamı istediler. Tüm bu gelişmeler sonrası Micromolecules Biyoteknoloji Ar-Ge Limited şirketi, üniversite öğretim üyelerinin kendi geliştirdikleri ürünleri ticarileştirebilmesi amacıyla teknoparklarda şirket açabilmesini sağlayan kanun kapsamında, Trakya Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde 13.12.2021 tarihinde "Biyo-fabrika yöntemi ile bitkilerden nutrasötik üretimine yönelik değerli biyoaktif materyalin üretimi ve aday ürünlerin geliştirilmesi" başlıklı bir adet



KOSGEB-Ar-Ge Projesi desteği de alarak kuruldu.

Üretim faaliyetlerinizi nerede ve kaç kişilik ekiple yürütüyorsunuz?

Edirne'de toplamda 850 metrekare kapalı alanda, 6 kişilik ekibimizde faaliyeti-mizi sürdürüyoruz. Şirketin kurulumundan bugüne kadar 12 milyon TL'lik bir yatırım gerçekleştirdik.

Faaliyet alanınızı anlatır mısınız?

Bitkiler doğru süre ve şiddette, insanlarda hastalık yapan hastalık etmenleri ve streslere maruz bırakıldığında, kendi evrimsel süreçlerinde geliştirdikleri çok güçlü savunma stratejilerini kullanarak, hızlı bir şekilde biyoaktif moleküller üretirler ve oluşturdukları bu değerli biyoaktif moleküller, insanda aynı etmen ve stresle oluşan hastalıkların tedavisinde kullanılacak çok değerli ilaç aday ürünlerini sunmakta. Bu süreç çok yeni bir süreçtir ve 'biyofabrika' olarak adlandırılmakta. 'Biyo-fabrika' yaklaşımında temel mantık, insan eliyle üretilmesi çok zor, hatta çoğu zaman imkansız olan, altın oranlarda bitki tarafından hazırlanan, insan sağlığı açısından son derece değerli olan bitki biyoaktif maddelerinin, çeşitli yöntemler ile bitkilere üretilmesi. Bu yöntem, mevcut ürün geliştirme sistemlerimizde temel olarak kullanılmakta olup, dünyadaki tüm mikro filiz üreticilerinden, aynı zamanda ülkemizdeki takviye edici gıda sektörleri ve ilaç sektörlerindeki ana oyuncuların bizi farklı kılan husus.

Neler üretiyorsunuz, açar mısınız?

İlk etapta ürünlerimizi yurtdışına bağımlı olmadan geliştirebilmek için genetik analiz kitleleri ürettik. Bu kitleler sayesinde insanlarda hastalık patolojilerinden sorumlu binlerce genetik parametreyi analiz edebiliyoruz. Bu kitleler aynı zamanda bitkilerle konuşmamızı da sağlıyor. Bu kitleler bilimsel çalışmalar kapsamında proje üreten kişilere çeşitli kamu ve özel sektör ihalelerine girilerek satıldı. Diğer ana ürün grubumuz ise 'mikro filizler'...Çok kaliteli ve organik bir toprakta, hibrit olmayan tohumlar kullanarak, sıfır kimyasal mantığı ile ve tam hijyen koşullarında siyah turp, kırmızı turp, kara lahana, brokoli, ayçiçeği, amaranth, hardal, şalgam gibi 'mikro filizler' üretiyoruz. Mikro filizlerimiz kök hücreler, vitamin ve doğal

PROF. DR. OĞUZHAN DOĞANLAR



biyoaktif maddeler açısından oldukça zengin ve tümü çok yüksek biyo yararlanıma sahip. Bu mikro filizlerden, yaptığımız bilimsel çalışmalara ve insan hücreleri üzerinde yaptığımız deneme sonuçlarına göre sağlık amaçlı; kök hücre, vitamin ve minerallerce zengin veya hastalıklarla mücadele amaçlı kullanım için brassinosteroidler, sülfürofan, antosiyaninler, flavanoid ve diğer bitki biyoaktiflerince zengin farklı mikro filiz grupları

içeren paketler geliştirdik. Bu paketler şu an için en çok talep edilen ürünlerimiz. Ayrıca yıl sonuna kadar bu filizlerin özütlenden ürettiğimiz çok kaliteli ve doğal fonksiyonel gıda takviyelerimiz de piyasada olacak.

Geçen yılki cironuz ve bu yılki hedef cironuz nedir?

Geçen yılki ciromuz yaklaşık 5 milyon TL oldu. Bu yıl için şu anda 7,8 milyon TL'ye ulaştık. Yılsonu hedefimiz 10 milyon TL.

Türk girişimlerine Rusya pazarına girişte destek

Rusya merkezli pazaryeri Ozon, iki yıldır Türk girişimcilerle iş birliğini aktif şekilde geliştiriyor. Ozon Global Türkiye Direktörü Hazal Maraş; ikinci çeyrek itibarıyla platformdaki Türk satıcıların cirosunun önceki yıla göre iki kat arttığını ve Ozon alıcılarının Türkiye'den 2,2 kat daha fazla sipariş verdiğini söylüyor. Maraş; "Hedefimiz; Türk girişimcilerin Rusya ile sınır ötesi ticaret hacimlerini artırmalarına yardımcı olmak" diyor.

Rusya'nın en büyük pazaryerlerinden biri olan Ozon'un sınır ötesi bölümü Ozon Global; pazaryerinin yelpazesini genişletmek amacıyla yurt dışından satıcıları platforma çekmek üzere kuruldu, sınır ötesi ticaret alanında ilk adımlarını ise 2020'nin sonunda attı. 2022 Ağustos'ta İstanbul'da temsilciliğini açan şirketin Türkiye'deki faaliyetlerinin odağında ise girişimcileri ve perakende markalarını platformda yer almaya çekmek var.

Ozon Global Türkiye Direktörü Hazal Maraş; "Ana görevimiz; Türk girişimcilerin Rusya ile sınır ötesi ticaret hacimlerini artırmalarına yardımcı olmak" diyor. Rusya'ya satış süreçlerinin neredeyse tamamını üstlenerek girişimcilerin kendi uzmanlık alanına yani ürün geliştirmeye odaklanmasına olanak tanıdıklarını kaydeden Maraş; 2025 için ana planlardan birinin de Azerbaycan'da Türkiye'den ürün satışlarına başlamak olduğu bilgisini veriyor. Hazal Maraş ile Ozon Global'in Türkiye faaliyetlerini ve planlarını konuştuk.

Ozon Global'i tanıyabilir miyiz?

Rusya'nın en büyük pazaryerlerinden biri olan Ozon'un sınır ötesi bölümü olan Ozon Global, ev ürünlerinden sağlık ve güzellik ürünlerine, elektronik, giyim ve mobilyaya kadar 20'den fazla kategoride 370 milyondan fazla ürün sunuyor. 2024 ikinci çeyrek sonunda platformdaki aktif alıcı sayısı, 2023 ikinci çeyreğe göre yüzde 30 artarak 51,1 milyona ulaştı. Aynı dönemde Ozon'da verilen sipariş sayısı ise yüzde 60 artarak 335 milyona çıktı.

"Ozon'da Türk satıcılardan 1,3 milyondan fazla ürün var"

"2022'de temsilciliğimizi açmamıza rağmen, sadece bir yılda platformumuzdaki Türk satıcı sayısını iki katına çıkardık. Şu anda Ozon'da Türk satıcılardan 1,3 milyondan fazla ürün var. 2024 ikinci çeyrek sonuçlarına göre, Ozon Global'de Türk girişimcilerin cirosu yıllık bazda iki katına çıktı. Ayrıca Türk ürünlerine olan müşteri bağlılığı da artıyor. Ozon alıcıları, 2024 ikinci çeyrekte Türkiye'den geçen yıla kıyasla 2,2 kat daha fazla sipariş verdi. Türk girişimcilerimizin işlerini büyütmelerine yardımcı olmaya devam edeceğiz."

"Hedefimiz, Türk işletmelerinin Rusya'daki satışlarını büyütmelerine yardımcı olmak"

"Türk-Rus sınır ötesi ticareti, Türk satıcılar için büyük iş fırsatları sunuyor. Rusların yüzde 90'ından fazlası internete erişim sağlıyor, 80 milyondan fazla kişi düzenli olarak çevrimiçi alışveriş yapıyor. Uzmanlar, Rusya'daki e-ticaret GMV'sinin üç yıl içinde iki katına çıkacağını ve bunun da Türk satıcılar için daha fazla fırsat yaratacağını öngörüyor. Ozon, Rusya'nın en büyük e-ticaret platformlarından biri ve çok kategorili bir pazaryerinin lideri olarak bu büyümenin ön saflarında yer alıyor. Ozon alıcıları, yılda ortalama 24 sipariş veriyor ve bu, yıllık yüzde 40'lık bir artış gösteriyor. Ayrıca her ay 80 binden fazla müşterimiz Türk ürünleri satın alıyor. Hedefimiz;

Türkiye'deki faaliyetlerinizden bahseder misiniz?

Ozon Global'in Türkiye'deki ekibi şu anda 150'den fazla kişiden oluşuyor. İş geliştirme alanında dört ana sorumluluğumuz var: Mevcut satıcılara yüksek seviyede hizmet ve destek sağlamak, yeni satıcılar çekmek, satıcıların Rusya pazarına girişindeki

engelleri azaltmak ve Türkiye'den Rusya'ya uygun ve zamanında lojistik sağlamak. Ana görevimiz; Türk girişimcilerin Rusya ile sınır ötesi ticaret hacimlerini artırmalarına yardımcı olmak.

Özellikle yerel yöneticilerimiz her zaman Türk satıcılarla iletişim halinde. Onlara Türkçe destek sunuyor ve Global Üniversitesi

tesi (eğitim platformumuz) bilgi tabanına dayalı eğitim web seminerleri düzenliyor. Analitik hizmetler, reklam platformu, finansal altyapı sağlıyor, döviz risklerini yönetiyor, lojistik desteği sunuyoruz. Diğer bir deyişle, Rusya'ya satış süreçlerinin neredeyse tamamını üstlenerek girişimcilerin kendi uzmanlık alanına yani ürün geliştirmeye odaklanmasına olanak tanıyoruz. Girişimcilere lojistik, destek, finansal hizmetler, müşteri iletişimi, iade süreçleri ve ücretsiz analizlerde yardımcı oluyoruz. Bir e-ticaret platformu olarak, satıcıların ihtiyaç duyduğu tüm çözümleri sunuyoruz.

Rusya'da Türk KOBİ'leri için hangi sektörler fırsat sunuyor?

Rusya'da Türk KOBİ'leri için umut verici sektörler arasında giyim, ayakkabı ve ev eşyaları bulunuyor. İstatistiklerimize göre, bu kategorilerdeki ürünler Rus alıcılar arasında en popüler olanlar. Ozon Global aracılığıyla, Türk satıcılarına Rusya pazarında başarıya ulaşmaları ve işlerini genişletmeleri için aktif olarak destek veriyoruz. Amacımız, satıcıların pazara giriş engellerini azaltmak ve kapsamlı operasyonel destek sunarak onların başarılı olmasına yardımcı olmak.

Türk satıcılara lojistik anlamda nasıl yardımcı oluyorsunuz?

Lojistiğe büyük yatırımlar yapıyor, Türk satıcılar için lojistik maliyetlerini optimize etmek ve Rus alıcılarına ürün teslimat sürelerini iyileştirmek için sürekli çözümler arıyoruz. Bu çok önemli. Çünkü özellikle yurt dışından yapılan alışverişlerde teslimat süreleri, satın alma kararını verirken en önemli faktör. Bu nedenle, geçen yıl Türkiye'den ürünlerin teslimatı için bir lojistik çözüm olan Ozon Global Partner Delivery'i tanıttık. Bu sayede Türkiye'den Rusya'ya teslimat süreleri 3-8 güne indirildi.

Satıcıların lojistik maliyetlerini azaltmak için bir dizi yenilik de sunduk. Yakın zamanda, 500 g ağırlığındaki ürünler için yeni tarifeler başlattık. Türk satıcılar için gönderi başına fiyat şu anda neredeyse iki kat daha ucuz. Bu; giyim, aksesuarlar, ev ürünleri, çocuk giyim ve güzellik ürünleri gibi popüler kategorilerde ciro artışlarına yardımcı olacak.

Lojistik için yeni adımlarınız olacak mı?

Bir sonraki adımımız Navlungo ile bir

ortak teslimat başlatmak. Bu yenilik, Türk satıcıların ülkedeki yedi şehirde bulunan lojistik merkezlerine ürünlerini göndermelerini sağlayacak. Gönderimlerin coğrafyasının genişletilmesi, girişimcilerin teslimat için ürünleri transfer etme maliyetlerini ve sürelerini en aza indirecek. Ayrıca satıcılar, ürünlerini doğrudan depolarından taşıyıcıya transfer etmek için Pick-up hizmetini de kullanabilecekler.

TTeconomy üzerinden karayolu ile ürün teslimat tarifelerini de düşüreceğiz. Bu yenilikle, Türk girişimcilerin karayoluyla teslimat maliyetleri ortalama yüzde 20 azalacak. Bu da onların lojistik maliyetlerini önemli ölçüde

azaltıp satış hacimlerini artıracak.

Türk satıcılar için satış coğrafyasını genişletme planınız var mı?

Ozon; Rusya'nın yanı sıra şirket Kazakistan, Belarus, Ermenistan, Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Gürcistan'da da faaliyet gösteriyor. 2025 için planlarımızdan biri, Azerbaycan'da Türkiye'den ürün satışlarına başlamak. Yeni pazarın açılmasıyla Türk satıcılar, pazar yerindeki cirolarını Azerbaycan'daki 10 milyondan fazla alıcıya ulaşarak artıracabilecekler. Coğrafi olarak, ülkelerimiz birbirine çok yakın. Bu da girişimcilerimiz için lojistik açıdan bir avantaj sağlayacak.

HAZAL MARAŞ



Araştırma sektöründe kendi yazılımını geliştirdi

Tüketici beklentilerinin ve davranışlarının hızla değiştiği günümüz dünyasında araştırma sektörünün önemi giderek artıyor. Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin (TÜAD) raporuna göre Türkiye'de araştırma sektörü 2023 yılında yüzde 86 büyüdü ve 118.7 milyon dolarlık hacme ulaştı. Pazardaki büyüme potansiyeli bu alana yönelik yatırım yapan girişimci sayısının da artmasını sağlıyor. Insightspowering, sektörde 15 yıllık deneyime sahip iki profesyonelin girişimiyle kuruldu. Uzun yıllar sektörde farklı şirketlerde çalışan Oğuz Yüce ve Barış Emrah güçlerini birleştirerek 2023 yılında Insightspowering'in temellerini attı.

Pazar araştırmaları konusunda uçtan uca hizmet veren yılında Insightspowering'in ekibi 10 yıl üzerinde tecrübesi olan uzmanlardan oluşuyor. Moda, otomotiv, gıda gibi farklı sektörlerden şirketlerle iş birliği olan Insightspowering, yurtdışında da projeler gerçekleştiriyor. Şu an odaklarında yurtdışında büyümenin olduğunu söyleyen Insightspowering'in kurucularından Oğuz Yüce, "Bir süre önce Mısır'daki insanların giyim tarzları ile ilgili bir proje hayata geçirdik. Çok detay veremiyorum ama çok sayıda görsel topladığımız, ülkenin kültürel kodları ile çok ilgi çekici detaylar yakaladığımız bir çalışmaydı" diyor.

Türkiye'de ilk olacak

Marka, ürün kategori ve pazar anlama gibi pek çok farklı alanda araştırmalar yapabilen şirket, bir büyük çevrimiçi araştırma panele sahip. Insightspowering'in kurucularından Barış Emrah, "Çok sayıda kullanıcının yer aldığı bu platforma mobil uygulama olarak ulaşabiliyorsunuz. Snapshot da bu panelden saatler içerisinde sonuç alabildiğimiz kantitatif bir metodolojimizi oluyor" diyor.

Oğuz Yüce ve Barış Emrah'ın girişimiyle kurulan Insightspowering, araştırma sektöründe fark yaratmak için yola çıktı. Kendi yazılımını üretmek için harekete geçen girişimciler, yurtdışında büyümesine hız verecek.



OĞUZ YÜCE - BARIŞ EMRAH

Farklı metotlar kullanan şirket, kısa bir süre önce kendi yazılımını üretmek için harekete geçti. Social up isimli bu yöntemin sektörde 'online community-çevrimiçi topluluk' olarak bilindiğini söyleyen Yüce, "Mevcutta tüm bu araçlar yurtdışı çözümlerine bağlı ve lisans ücretleri dövizle paralel

dolayısıyla çok yüksek. Biz bu çözümü kendi bilgi birikimimizle şekillendirerek yerel bir araştırma aracı olarak piyasaya sunmak için harekete geçtik. Kendi yazılımımızı üretiyoruz. Yaz sonu Türkiye'nin ilk 'online community' aracı piyasaya çıkmış olacak" diye konuşuyor.

Yapay zekayı kullanıyor

Yapay zekayı günlük ihtiyaçlar dışında görselleştirme için kullandıklarını söyleyen Oğuz Yüce, "Focus with AI' isimli bir yöntemimiz var ve bu yöntemle klasik odak gruplara yeni bir boyut katıyoruz. Duygu dünyalarını anlamak üzerine tasarladığımız bu yöntemde görselleri toplantılar esnasında yaratıyoruz ve yorumluyoruz. En son analizlerimizi ve raporlarımızı yazarken de göstergibilim uzmanlarına danışıp ilerliyoruz. Görsellerin simgesel anlamları, arka plandaki hikayelerini ortaya çıkarıyoruz" diyor.

Yeni tesis kurmaya hazırlanıyor

Fitoterapi markası Ena Farma, yeni tesis kurmaya hazırlanıyor. Yaklaşık 7-7.5 milyon dolarlık yatırım planladıklarını söyleyen Ena Farma Yönetim Kurulu Başkanı Meryem Özselanik, "Üç fazda tamamlanması ve 2028'de bitmesi planlanan tesiste 2 bin kişiye istihdam yaratacağız" diyor.

Bitkisel içerikli ürünlerini hizmete sunmak amacıyla kurulan Ena Farma'nın temelleri 2009 yılında atıldı. İlaç sektörünün önde gelen uluslararası firmalarında 15 yıldan uzun bir süre yöneticilik yapan Meryem Özselanik, burun tıkanıklığı problemiyle doğan çocuğunun bu sorununu doğal yollardan çözmek hedefiyle yola çıktı. Türkiye'de bu alanda yeterli marka olmadığını gören Özselanik, farmakoloji ve farmakognozi alanında önemli projelere imza atmış akademisyenlerle birlikte özel ürünler geliştirmeye başladı. Böylece fitoterapi markası olan Ena Farma Sağlık Ürünleri A.Ş'nin temellerini atıldı.

BayBay ve Supplyte gibi ürünler geliştirilen ve uluslararası iş birlikleri kapsamında Bactoblis markasının Türkiye distribütörlüğünü üstlenerek bu yıl 15'inci yaşını kutlayan marka; tıp ve eczacılık fakültesi akademisyenleriyle iş birliği yapmasının yanı sıra uluslararası markaların hammadde üreticileriyle birlikte de faaliyetler yürütüyor. Sektöründe ilk 10 firma içinde yer alan Ena Farma, geçtiğimiz yıl yüzde 40 büyüdü.



MERYEM ÖZSELANİK

2024 yılı için yüzde 25 büyüme hedefi koyan şirket, 2025'te ise büyüme hacmini kutuda yüzde 30'a taşımayı hedefliyor.

Yüzde 10 AR-GE'ye gidiyor

Ena Farma, takviye edici gıda ve tıbbi cihaz ürün gruplarında hizmette olan, 2 bin metrekarelik üretim tesisinde, yılda 300 ton kapasiteli sıvı ürün hazırlama kazanları, 3.2 milyon adet dolum yapabilen otomatik likit



dolum makineleri, 192 ton toz ürün üretebilen toz ürün hazırlama kazanları, 5.8 milyon adet şase üretebilen beş yollu stick makinesi, 62 milyon adet tablet üreten tablet baskı makinesi ile üretim yapıyor. Probiyotik üretimi için mevzuata uygun alanı ile Türkiye'de öncülük eden Ena Farma, Tarım Bakanlığı'nın standartlarına uygun ilk probiyotik üretim tesisine sahip. Önümüzdeki dönemde yeni özelleşmiş probiyotik ürünlerini ve standardize bitki ekstresi içeren yeni pediatrik çözümleriyle ürün gamını genişleterek satışa sunacaklarını söyleyen Meryem Özselanik, "Gebze'de bir OSB'de yeni ürünlerimiz için tesis kurmaya hazırlanıyoruz. Yaklaşık 7-7.5 milyon dolarlık yatırım yapacağız. Üç fazda tamamlanması ve 2028'de bitmesi planlanan tesiste 2 bin kişiye istihdam yaratacağız" diyor. Her yıl cirosunun yüzde 10'unu AR-GE'ye ayıran Ena Farma'nın ağız ve boğaz florasını dengeleyen, uyku-uyanıklık döngüsünün düzenine katkı sağlayan, saç biti ve sirke tedavisine çözüm sunan, soğuk algınlığı ve alerji gibi durumlara bağlı burun tıkanıklığına iyi gelen yetişkin ve çocuklara yönelik dokuz farklı ürünü bulunuyor.

Pazar 13 milyar TL büyüklüğe ulaştı

Sağlık Bakanlığı'ndan onaylı geleneksel bitkisel tıbbi ürünler, farmasötik formdaki bazı tıbbi cihazlar ile Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan onaylı mamalar, vitaminler ve gıda takviyeleri yani sağlık ürünleri pazarı 2020 yılından bu yana hızla büyüyor. Türkiye İlaç Sektörü 2023 raporuna göre 2023 yılında pazar haciminde yüzde 1,1 oranında gerileyerek 97 milyon kutu, değerinde ise yüzde 75 büyümeyle 13 milyar TL seviyesine geldi.



ŞİRKETLERDE İNSAN-VERİ İLETİŞİMİ YÖNETİMİ- II.BÖLÜM

(HUMAN-DATA COMMUNICATION MANAGEMENT IN CORPORATES)

Şirket içinde yer alan ve işletme süreçlerimizde kullandığımız birçok veri yapılandırılmamış veridir. Yapılandırılmamış verilere örnek olarak bilgi içeren her türlü belgeyi, e-postaları, müşteri yazışmalarını, WhatsApp yazışmalarını, poster ve broşürleri, dahili olarak depolanan verileri, şirketimizin web sayfasını, sosyal medya hesaplarını, görsel dosyaları sayabiliriz. Tweet'ler, blog'lar, YouTube videoları, uydu görüntüleri gibi harici bilgi kaynaklarını bu kategoriden düşünebiliriz. Bu tür verilerin miktarı ve çeşitliliği giderek hızla artıyor. Şirketler giderek artan bu veri zenginliğinden yararlanarak bugün ve gelecekte işletmeleri için karar verirken ve bazı çıkarımları yaparken verilerden faydalanmak istiyor.

Görüntü ve ses analizi henüz istenilen aşamaya gelmemişken, ana akım metin (text) analitiği teknoloji ile buluşuyor. İşte bir

şirketin metin (text) verilerini iş kararlarını desteklemek için nasıl kullanabildiğine dair bir örnek:

Büyük bir otomobil üreticisinin arabalarındaki kalite sorunlarını iyileştirmesi gerekir. Paydaşlarından kalite sorunları ile ilgili gelen metinleri analiz ederek, arabalarındaki kalite sorunlarını tespit etmeye başlar ve şirket bu analizi erken uyarı sistemi olarak devreye alır. Sorunları ne kadar erken tespit edebilirse, fabrikada üretim aşamasında o kadar çok değişiklik yapabilir ve daha fazla müşteri memnuniyeti elde etmiş olur. Metin analitiğini kullanmadan önce şirket, parça numaraları ve arıza kodları dahil olmak üzere iş kolu sistemlerinden bilgi çıkarmak zorunda kalıyordu. Bu, uzun yıllar boyunca işe yarar bir sistem oldu, ancak yalnızca şirketin zaten bildiği sorunlar için etkiliydi. Geleneksel sistemler ve müşterilerle etkileşimde bulunan kişilerin

konuyla ilgili gizli sorunları ortaya çıkarmalarında yetersiz kalabilirler. Aslında, metin analitiği sosyal medya analizinden, iç ve dış yazışmaların analizine kadar çok çeşitli büyük verinin analiz edilmesinde kullanılıyor. Ayrıca, işletmeler giderek daha fazla yapılandırılmış ve yapılandırılmamış verilerin birleşik görünümünü analiz ederek resmin bütününe görmeye başlayabilir.

YAPILANDIRILMAMIŞ VERİNİN FARKI

Yapılandırılmamış verileri yapılandırılmış verilerden ayıran şey, ilk bakışta öngörülemeyen, filtrelenemez ve anlam çıkarılamaz olmasıdır. Bazı uzmanlar yapılandırılmamış veri teriminin yanıltıcı olduğuna inanır çünkü her metin kaynağı, onu oluşturan yazılıma bağlı olarak kendi özel yapısını veya biçimlendirmesini içerebilir. Fakat asıl olan yapılandırılmamış olan belgenin içeriğidir ve bu metni analiz edebilecek özel eğitilmiş kişilerin olması zorunludur. Böyle olması durumunda çok net içgörülere sahip olmak mümkündür. Örneğin, bir banka kredi notunun cümleler ve takip edebileceği şablon açısından bir miktar yapısı var. Bir e-postanın çok az yapısı olabilir. Bir tweet veya bir Facebook mesajında kısaltmalar veya karakterler olabilir. Bir günlük dosyasının kendi yapısı olabilir.

Yapılandırılmamış verileri ana-



liz etmek için çok sayıda yöntem mevcuttur. Tarihsel olarak bu teknikler Doğal Dil İşleme (NLP), bilgi keşfi, veri madenciliği, bilgi alma ve istatistik gibi teknik alanlardan çıkmıştır. Metin analitiği, yapılandırılmamış metni analiz etme, ilgili bilgileri çıkarma ve daha sonra çeşitli şekillerde değerlendirilebilecek yapılandırılmış bilgilere dönüştürme sürecidir. Analiz ve çıkarma süreçleri, dilbilim, istatistik ve diğer bilgisayar bilimi disiplinlerinde ortaya çıkan tekniklerden yararlanır.

METİN ANALİTİĞİ (NLP) NEDİR?

Genel olarak, metin analitiği (NLP) yapılandırılmamış verilerden bilgi çıkarmak için kullanılan teknikler. Genellikle, bu tür analizlerin arkasındaki fikir: kim, kime, ne zaman, nerede, nasıl ve neden söylediği veya yaptığı şeklindedir. NLP'nin amacı metinden anlam çıkarmaktır. Doğal Dil İşleme genellikle dilbilgisi yapıları ve dilbilgisi kavramları gibi dilsel kavramlardan yararlanır. Bu analizin içinde sözcüksel/morfolojik analiz, bir sözcüğün ön ekleri, son ekleri, kökleri ve sözcük türleri (isim, fiil, sıfat vb.) dahil olmak üzere tüm özelliklerini inceler; bu bilgiler, sağlanan metnin bağlamında sözcüğün ne anlama geldiğinin anlaşılmasına katkıda bulunur. Sözdizimsel analiz, metni parçalara ayırmak için dilbilgisi yapısını kullanır ve tek tek kelimeleri bağlamına oturtur. Burada bakış açımızı tek bir kelimeden ifadeye veya tam cümleye doğru genişletmemiz gerekebilir. Bu adım kelimeler arasındaki ilişkiyi şemalaştırmaya yarayabilir veya doğru cümleler oluşturan kelime dizilerini/tarihleri/para birimini vb. temsil eden sayı dizilerini arayabilir. Örneğin: kablosuz iletişim şirketinin çağrı merkezi kayıtları şu şikâyeti içeriyordu: “Müşteri,



devreden dakikaların planda olmamasının saçma olduğunu düşündü.” Bu cümlemin sözdizimsel analizi sözcük türü etiketleri sağlamanın yanı sıra isim ifadelelerini de etiketleyecektir. Sözcüksel analiz ise bu sözcükler hakkında bilgi sağlayan eş anlamlar/yan anlamlar sözcük listesine dayanır. Bir kablosuz iletişim şirketinin satış promosyonu durumunda, bir sözlük: promosyonun bir pozisyonda ilerleme, bir reklam veya tanıtım çabası veya birinin büyümesini teşvik etme çabası anlamına gelebilecek bir isim olduğu bilgisini sağlayabileceği gibi sözcüksel analiz ayrıca bir uygulamanın promosyon, promosyonlar ve tanıtım kelimelerinin hepsinin aynı sözcük ve fikrin versiyonları olduğunu anlamasını da sağlar.

Anlamsal analiz ise, bir cümlemin olası anlamlarını belirler. Bu, kelime sırasını ve cümle yapısını incelemeyi ve ifadelerde, cümlelerde ve paragraflarda bulunan sözdizimini ilişkilendirerek kelimeleri anlamlandırmayı içerebilir.

Sözdizimsel analiz, metni parçalara ayırmak için dilbilgisi yapısını kullanır. Söylem düzeyindeki analiz, cümle düzeyinin ötesinde metnin anlamını belirlemeye çalışır.

Elbette kurallar çok daha karmaşık olabilir. Şirketler kuralları manuel, otomatik veya her iki yaklaşımın bir kombinasyonuyla oluşturabilir. Manuel yaklaşımda, şirket çalışanı uzman çıkarım için bir dizi kural oluşturmak üzere özel bir dil kullanabilir. Ayrıca sözlükler ve/veya eş anlamlı listeleri de oluşturabilir. Manuel yaklaşım zaman alıcı olabilese de, çok doğru sonuçlar sağlayabilir. Daha sonra kullanıcı kuralların doğruluğunu test etmek için bir dizi test verisini devreye almalıdır. Otomatik yaklaşımlar ise makine öğrenimi veya diğer istatistiksel teknikleri kullanabilir. Yazılım, bir dizi metin verisine dayalı kurallar üretir. İlk olarak, sistem kuralları geliştirmek, yani öğrenmek için benzer belgelerden oluşan bir dizinin (örneğin, gazete makaleleri vb.) verilerini işler. Kısaca anlatılan bu teknikler, genellikle metin belgelerinin etiketlenmesini ve işaretlenmesini otomatikleştirmek ve aşağıdaki türden bilgileri çıkarmak için diğer istatistiksel veya dilbilimsel tekniklerle birleştirilir. Bu bağlamda en temel ana başlıklar Terimler, Olaylar, Kavramlar ve Duygular şeklinde kategorize edilir.

Devam edeceğiz...



Dr. Cem Ener

Uluslararası
FİNAL Üniversitesi



YENİ EKONOMİ 2.0

DROPSHIPPING İŞ MODELİ İLE İLGİLİ TÜYOLAR

Türkçe'ye 'stoksuz satış' olarak çevrilmesi mümkün olan ama Türkiye'de yaygın olarak İngilizce orijinal haliyle kullanılan 'Dropshipping' kelimesi, fiziksel olarak elinizde tutmadığınız, görmediğiniz bir ürünü henüz siz tedarik etmeden / stoklarınıza yerleştirmeden üçüncü bir kişiye satmanızı ve sizin ürünü tedarik ettiğiniz kaynağın ürünü doğrudan sizden satın alan kişiye göndermesi sürecini ifade etmek için kullanılmaktadır. Özetle dropshipping, bir e-ticaret modeli olup, satıcının stok tutmadığı ve ürünü fiziksel olarak elinde bulundurmadığı bir sistemdir.

Dropshipping girişimciler için düşük sermaye ile e-ticarete atılmanın cazip yollarından biri olarak son yıllarda popülerleşti. Ürün stoklamak, depo kiralamak veya lojistik süreçlerle uğraşmak yerine, girişimciler sipariş geldikçe tedarikçilerden ürünleri doğrudan müşteriye göndermeyi seçiyorlar. Peki en basit haliyle, dropshipping nasıl çalışır?

Girişimci, kendi e-ticaret sitesi veya bir platform üzerinden ürünleri listeler ve müşteri sipariş verdiğinde bu siparişi tedarikçiye yönlendirir. Tedarikçi, ürünü doğrudan müşteriye gönderir. Böylece girişimci, envanter, paketleme ve kargo süreçleriyle ilgilenmeden işini yönetir. Bu

model, işin sermaye gereksinimini en aza indirir ve girişimcinin asıl odaklanması gereken noktanın pazarlama ve satış stratejileri olmasını sağlar.

Dropshipping iş modelinin işleyişi alttaki temel adımlardan oluşur:

1 E-ticaret Mağazası Kurulumu: Girişimci, Shopify, WooCommerce veya benzeri bir platformda mağazasını kurar.

2 Ürün Seçimi ve Listeleme: Girişimci, tedarikçilerden ürünleri seçer ve bu ürünleri mağazasında listeler.

3 Satış ve Sipariş Alma: Müşteri, girişimcinin e-ticaret mağazasında bir ürün satın alır. Ödeme işlemi gerçekleştiikten sonra girişimci siparişi tedarikçiye iletir.

4 Tedarikçi ve Gönderim: Tedarikçi, ürünü paketler ve müşteriye gönderir. Bu noktada girişimci, ürünün gönderimiyle ilgilenmez, ancak müşteri hizmetleri ve geri bildirimlerle ilgilenmesi gerekebilir.

Dropshipping'in faydaları:

1 Düşük Başlangıç Maliyeti: Stok yapma zorunluluğu olmadan, büyük yatırımlar yapmadan işinizi kurabilirsiniz. Tedarikçilerden ürün alımı yalnızca satış yapıldığında gerçekleşir.

2 Üzerinizde Depolama ve Lojistik Külfeti Yok: Ürünlerin depolanması ve lojistik süreçlerle uğraşmak yerine işinizin pazarlama ve satış yönlerine odaklanabilirsiniz.

3 Esneklik: İşinizi istediğiniz yerden yürütebilirsiniz. İnternete bağlı olduğunuz sürece, fiziksel bir mağazaya veya ofise bağlı kalmazsınız.

4 Geniş Ürün Yelpazesi: Depo kısıtlaması olmadığı için çok sayıda farklı ürün sunabilir ve piyasa talebine göre hızlıca ürün değişiklikleri yapabilirsiniz.

Dropshipping'in zorlukları ise alttaki gibidir:

1 Orta-Düşük Kâr Marjı: Rekabetin yüksek olması nedeniyle genellikle düşük fiyatlarla satış yapılır, bu da kâr marjlarını sınırlar.

2 Tedarikçi ile İletişim: Tedarikçinin stok durumu, gönderim hızı veya müşteri hizmetleri performansı sizin elinizde değildir. Bu da olumsuz müşteri deneyimlerine yol açabilir.

3 Yoğun Rekabet: Dropshipping alanında rekabet çok yüksektir ve müşterilere değer sunmak için farklılaşma stratejilerine ihtiyaç vardır.

4 Kalite Kontrolündeki Zorluklar: Ürünleri fiziksel olarak görmeden satmak, kalitesiz veya hatalı ürünlerin müşteriye



ulaşmasına sebep olabilir. Bu da itibar kaybına sebebiyet verebilir.

Dropshipping ile çalışan bir iş kurmak alttaki temel aşamaların tamamlanması ile mümkündür:

1 Pazar Araştırması: İlk adım, doğru ürünleri bulmaktır. Potansiyel olarak yüksek talep görecektir. Google Trends, Amazon Best Sellers veya sosyal medya trendleri gibi kaynaklar ürün seçimi konusunda yardımcı olabilir.

2 Güvenilir Tedarikçi Bulmak: Güvenilir tedarikçi bulmak dropshipping işinizin başarısında kritik rol oynar. Tedarikçinin güvenilirliği, teslimat süresi ve ürün kalitesi dikkatle incelenmelidir.

3 E-ticaret Platformu Seçimi: Shopify, WooCommerce veya Etsy gibi platformlar üzerinden mağazanızı kurabilirsiniz. Kullanıcı

dostu olması ve dropshipping için entegrasyon seçenekleri sunması nedeniyle Shopify, yeni başlayanlar arasında popülerdir.

4 Mağaza Tasarımı ve Ürün Listeleme: Mağazanızın tasarımı, müşteri deneyimini doğrudan etkiler. Kullanıcı dostu bir arayüz, güven veren bir site yapısı ve dikkat çekici ürün fotoğrafları ekleyerek müşterilerin ilgisini çekebilirsiniz.

5 Pazarlama ve Müşteri Kazanımı: Mağazanızı açtıktan sonra, trafik ve satış elde etmek için dijital pazarlama stratejilerine yönelmelisiniz. Facebook, Instagram, Google Ads gibi kanallar üzerinden hedef kitlenize ulaşabilirsiniz. SEO, e-posta pazarlaması ve sosyal medya kullanımı da uzun vadede organik trafik sağlar.

6 Müşteri Hizmetleri: Dropshipping işinde müşteri memnuniyeti kritiktir. Ürünleri

siz göndermediğiniz için, müşterilerinize sağladığınız destek ve çözüm odaklı yaklaşımlar marka imajınızı güçlendirir.

Son olarak, başarı için en temel ipuçları ise şu şekildedir:

1 Niş Bir Alan Seçin: Çok geniş bir ürün yelpazesi yerine, belirli bir niş alana odaklanmak rekabette avantaj sağlar. Belirli bir kitleye hitap etmek, daha sadık müşteri tabanı oluşturmanıza yardımcı olur.

2 Satış Sonrası Hizmet: Müşteri memnuniyeti dropshipping işinde en önemli unsurlardan biridir. Ürünler tedarikçiden gelse de müşteri deneyiminden sorumlu olan sizsiniz.

3 E-ticaret Araçlarını Kullanmayı İşe Başlamadan Önce Öğrenin: Otomasyon araçlarıyla siparişleri ve müşteri ilişkilerini yönetmek işinizi büyütmenizi kolaylaştırır. Envanter yönetimi, müşteri desteği ve analiz araçları işletmenizin etkinliğini yükseltir.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

15 Ekim Salı

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

21 Ekim Pazartesi

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

24 Ekim Perşembe

- 1-15 Ekim 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 1-15 Ekim 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

28 Ekim Pazartesi

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

31 Ekim Perşembe

- Eylül 2024 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Eylül 2024 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz-Ağustos-Eylül 2024 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz-Ağustos-Eylül 2024 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi ve Ödemesi
- Eylül 2024 Dönemine Ait 464 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Bildirimde Bulunma Zorunluluğu Getirilen Aracı Hizmet Sağlayıcıları, İnternet Reklamcılığı Hizmet Aracıları ile Kargo ve Lojistik İşletmeleri Tarafından Bildirim Verilmesi
- Eylül 2024 Dönemine Ait 538 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Taşınmaz (Satış/Kiralama) ve Motorlu Taşıt (Satış) İlanlarını Platformları Üzerinden Yayımlayanlar ile Günübirlik Konut Kiralama İşini Platformları Üzerinden Sağlayanlarca Bildirim Verilmesi
- 7440 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 17. Taksit Ödemesi
- Eylül 2024 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi