

ABD PAZARINA GİRİŞ İÇİN TÜYOLAR

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

KASIM 2024

ÇEVRECİ GİRİŞİM ZAMANI

ÖNE ÇIKAN
30 YERLİ GİRİŞİM

HANGİ ALANLARDA
FIRSAT VAR?

YEŞİL TEKNOLOJİLER
NASIL KULLANILIR?



FINTECH YATIRIMLARINDA DURGUNLUK SÜRECEK Mİ?

DİJİTAL PAZARLAMADA YAPAY ZEKA DÖNEMİ

DÖVME SANATINI 17 ÜLKEYE TAŞIDI



Yaşanabilir bir dünya için çözüm: Yeşil dönüşüm

Geçen hafta tüm dünyanın ana gündem maddesi ABD'deki başkanlık seçimleriydi. 2017-2021 arasında ABD Başkanı olan Donald Trump, resmi olmayan rakamlara göre rakibi Demokrat Parti Adayı Kamala Harris'i yenerek, ikinci kez ABD Başkanı seçildi.

Trump'ın ikinci kez ABD Başkanı olması, Ukrayna-Rusya savaşından İsrail'in Ortadoğu'daki hamlelerine, Çin ve AB ile ilişkilerden ticarette korumacılık duvarlarının boy göstermesine kadar küresel ölçekte pek çok sorunun yeni dönemde nasıl seyredeceği açısından kritik.

Ancak belki de 2. Trump döneminin en kritik noktası, iklim krizine karşı dünyanın büyük güçlerinin nasıl konumlanacağı ve hangi adımları atacağı olacak. Zira Trump, iklim krizi ile mücadele konusunda pek de iyi bir sicile sahip değil.

İlk başkanlığı döneminde ABD'yi Paris İklim Anlaşması'ndan çeken Trump, ikinci başkanlığında göreve geldiği ilk gün bir yürütme emriyle açık deniz rüzgar projelerini iptal etme ve Başkan Joe Biden döneminde uygulanan iklim düzenlemelerini geri alma sözü verdi. Dolayısıyla yeni dönemde küresel karar vericilerin gündemindeki iklim krizi ile mücadele başlığı yara alabilir.

Siyaset arenasında bu gelişmeler yaşanırken, iş dünyası ise gelecek nesillerin daha temiz ve güvenli bir dünyada yaşayabilmesi için iklim krizi

ile mücadele çerçevesinde çok önemli adımlar atıyorlar.

Dünya genelinde üretimden tüketime her aşamada yeşil dönüşüm en önemli gündem maddelerinden bir haline gelmiş durumda. Uluslararası Enerji Ajansı'nın (IEA) yıllık Dünya Enerji Yatırımı raporuna göre, temiz enerji teknolojisi ve altyapısına yapılan küresel yatırımlar bu yıl 2 trilyon dolara ulaşarak, fosil yakıtlara yapılan yatırımın iki katı olacak. IEA, toplam enerji yatırımının 2024'te ilk kez 3 trilyon doları aşacağını öngörüyor.

Türkiye de yeşil dönüşüm yatırımlarının hızla arttığı, çevreci girişimlerin sayısının her geçen gün çoğaldığı ülkelerden biri. Zira iklim krizinin ve küresel ısınmanın her geçen gün kendini daha fazla hissettirmeye başladığı dünyamızda çevreci girişimler önem kazanmaya başladı.

Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kuruluyor. Bu girişimciler teknolojilerini yurt dışına taşıyarak, büyümeyi planlıyor.

Dergimizin bu sayısında Türkiye'de öne çıkan 30 çevreci girişimin hikayesini kaleme aldık.

İyi okumalar.

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

Ekonomist

EKONOMİ
İŞ VE FİNANS
HABER DERGİSİ



YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayınçılık ve Pazarlama A.Ş.

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

HABER MERKEZİ

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

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

YÖNETİM

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

DAĞITIM

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık

FİPP

üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayınçılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayınçılık 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
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.



Artık iklim krizinin ve küresel ısınmanın her geçen gün kendini daha fazla hissettirmeye başladığı dünyamızda çevreci girişimler önem kazanmaya başladı. Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzatmaya kadar birçok çevreci girişim kuruluyor. Türkiye’de start up ekonomisinde tarımda teknolojiyi kullanarak verimliliği artıran girişimcilerin de sayısı artıyor. Bu girişimciler teknolojilerini yurt dışına taşıyarak, büyümeyi planlıyor. Kapak haberimizde bu girişimcilerin ekosisteme sundukları teknolojileri ve büyüme planlarını araştırdık.



Girişimci Mustafa Ezici Antalya’da, başta Avrupa olmak üzere Rusya ve Arap Yarımadası’nda yüksek bir pazara sahip olan mangonun üretimini gerçekleştiriyor. 2015 yılında Mısır’dan ithal ettiği 37 mango fidanıyla yola çıkan Ezici, “Başta mango olmak üzere 42 çeşit tropikal meyvenin üretimini ve e-ticareten yoğun satış yapıyorum” diyor.



Cleopatra Ink, dövme sanatını bugün 17 ülkede 100’ü aşkın stüdyoya taşıyarak uluslararası bir marka haline geldi. Cleopatra Ink Kurucusu ve Lideri Halil İbrahim Karadere, “Büyüme stratejimizin temelinde güçlü franchise ağıyla Türkiye’deki deneyimimizi globale taşımak var” diyor.

05 TEKSTİL

Urfa’nın Culha’sı yurtdışına açılacak

06 PANO

08 KAPAK KONUSU

Çevreci girişimciler büyüyor

14 ETKİNLİK

Girişimler İstanbul Venture Day’de buluştu

16 FINTECH

Fintech yatırımlarında durgunluk sürecektir mi?

18 TARIMSAL ÜRETİM

Alanya’dan dünyaya mango satmayı hedefliyor

20 GIDA TAKVİYESİ

Amare Türkiye, yüzde 50 büyüme hedefliyor

22 PAZARLAMA

“Dijital pazarlamada yapay zeka dönemindeyiz”

24 PERAKENDE

Yirminci yılında büyümesine hız katacak

26 FRANCHISE

“Dövme sanatını 17 ülkeye taşıdık”

28 TARIM

Tarımda yeni iş fikirlerine yön verecek

29 TEKSTİL

Sinop’tan dünyaya kurumsal kıyafet satıyor

30 İLETİŞİM

“16’den fazla dilde iletişim hizmeti veriyoruz”

32 DİJİTAL LOJİSTİK

“Hedefimiz, globalde ilk beşten biri olmak”



Garanti BBVA, IE University tarafından düzenlenen Venture Day serisinin İstanbul ayağını Fintech İstanbul ile birlikte gerçekleştirdi. Etkinliğe katılan start up’lar, İtalya’dan ve İspanya’dan yatırımcılarla tanışarak bu ülkelerdeki yatırım fırsatları hakkında bilgi edindi. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Ceren Acer Kezik; fintech dünyasının en parlak zihinlerini desteklemeye ve yenilikçiliği teşvik etmeye devam edeceklerine dikkat çekti.

34 TEKSTİL AKSESUAR

“Hedefimizde ABD ve AB ülkeleri var”

36 PAZARYERİ

Yerel üreticiler ile tüketicileri buluşturuyor

37 YAPAY ZEKA

Novus, 1,5 milyon dolar yatırım aldı

38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:

Kurumsal beyni yeniden şekillendirmek: Bir örnek ve temel aksiyonlar

40 Dr. Cem Ener:

Walmart Türkiye Tedarik Ofisi üzerinden ABD pazarına giriş fırsatı

42 VERGİ TAKVİMİ



Türkiye’nin Artizan çikolata üretiminin önemli temsilcilerinden Butterfly Chocolate’ın Kurucusu Ebru İpekçi, “Türkiye’de önümüzdeki üç yılda yedi şubeye çıkmayı hedefliyoruz. Yurt dışında Avrupa, Arap ülkeleri ve Uzakdoğu’da büyüme planımız var” diyor.

Urfa'nın Culha'sı yurt dışına açılacak

Urfa'nın geleneksel Culha kumaşı dünyaya açılmaya hazırlanıyor. Haliliye Belediyesi'nin öncülüğüyle başlayan ve GAP İdaresi Başkanlığı'nın finansman desteği verdiği "Dünden Bugüne Culha Dokumacılığı Projesi" hem yerel kalkınmayı desteklemeyi hem de bu özel kumaşı daha geniş kitlelere tanıtmayı hedefliyor. Bu kapsamda puşu, hışvalı ve masa örtüsü olarak kullanılan Culha kumaşını ünlü modacı Çiğdem Akın, yeniden yorumladı. Culha kumaşının modern tasarımlarla buluştuğu ve çeşitli elbiselere dönüştüğü proje, kadın istihdamı ve geleneksel el sanatının yaşatılması adına da önemli bir adım oldu.

2021 yılında Coğrafi İşaret Tescil Belgesi alınan Culha kumaşının yeniden üretilmesi için 10 adet dokuma tezgahının yer aldığı bir atölye kuruldu. GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı tarafından Yerel Doku-

Unutulmaya yüz tutmuş Urfa'nın geleneksel Culha kumaşı, Haliliye Belediyesi'nin öncülüğüyle gün yüzüne çıkarıldı. GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı tarafından desteklenen projenin hedefi Culha'yı yurt dışına açmak.

maların Ekonomik Değere Dönüştürülmesi Programı kapsamında desteklenen "Dünden Bugüne Culha Dokumacılığı Projesi"yle Culha kumaşının uluslararası moda dünyasında yer bulması için de çalışmalar yürütülecek.

18 tasarımla başladı

Şanlıurfa'nın en köklü el sanatlarından biri olan Culha kumaşını modern tasarımlarıyla buluşturan Çiğdem Akın, ilk aşamada 18 tasarıma imza attı. Hem minimalist hem de etnik stillere uygun tasarımlarda kullanılabilen geleneksel kumaşın, nostaljik bir

dokunuşla modern yaşamın bir parçası olabileceğini söyleyen Akın, "Özellikle sürdürülebilirlik arayışında olan markalar için Culha kumaşı, doğal dokusuyla öne çıkan bir alternatif. Geleneksel üretim teknikleriyle üretilen Culha kumaşından günlük kıyafetlerden şık bir gece elbisesine, ev tekstili ürünlerine uzanan geniş bir yelpazede ürünler tasarlamak mümkün. Culha bize doğal ve yerel olanın değerini tekrar hatırlatıyor. Bu güçlü ve dayanıklı kumaşın, gelecek nesillerin tercihi olması, uluslararası moda dünyasında yer bulması için hepimizin desteğine ihtiyacı var" diyor.



Kadın istihdamına destek

Projenin hayata geçirilmesinde önemli katkılar sunan Haliliye Belediye Başkanı Mehmet Canpolat'ın eşi Fethiye Canpolat, "Proje kapsamında 10 tane dokuma tezgahının yer aldığı atölyemizi kurduk. Bu bağlamda kadınlarımıza istihdam sağladık. Kentimizin değerlerine her şekilde sahip çıkıyoruz. Bu el emeğine hepimizin sahip çıkması gerekiyor. Önümüzdeki dönemde ihtiyaç doğrultusunda bu rakamı artırabiliriz" diye konuşuyor.

Sabancı'dan girişimcilere 'kanatlanma' desteği

■ Sabancı Topluluğu tarafından, girişimcilik ekosistemine ve açık inovasyona katkı sunma amacıyla hayata geçirilen Sabancı ARF Almost Ready to Fly girişim hızlandırma programında üçüncü dönem tamamlandı. Sabancı Topluluğu'nun odak alanları olan "Enerji ve İklim Teknolojileri", "İleri Malzeme Teknolojileri", "Dijital Teknolojiler" ve "Sağlık Teknolojileri" iş kollarındaki parlak fikirlerin değerlendirme kapsamına alındığı üçüncü dönem programı sonunda, Inversense, Biomix, Beespencer, MyGenomeScreen ve ICARBON Sabancı ARF Almost Ready to Fly platformundan toplam 82 milyon TL'lik ön tohum yatırımı almayı başardı. Söz konusu girişimler, aldıkları tohum yatırımı sayesinde ürünlerini ticarileştirme ve şirketlerini büyütme imkanına



sahip olacak. Bu süreçte Sabancı'nın bilgi birikimi ve müşteri ağından da aktif şekilde yararlanabilecek girişimler, Sabancı'nın yeni ekonomi odaklı büyüme stratejisinin önemli itici güçlerinden biri olacak. Sabancı Topluluğu tarafından 2022 yılında başlatılan programa bugüne kadar katılan girişim sayısı 43 olurken, bu girişimlerden 19'u ön tohum yatırımına layık görüldü. Ön tohum yatırımlarının yanında, tüm girişimlere sağlanan 30'ar bin dolarlık nakit desteklerle birlikte, üç dönemde girişimcilere sağlanan aynı ve nakdi desteklerin toplam büyüklüğü 221 milyon TL'yi buldu.

Yerli girişimlerden Hollanda'ya teknoloji atağı

■ Girişim firmalarının Hollanda üzerinden Avrupa pazarına adım atmasını ve yabancı yatırımcıya erişimini sağlamak amacıyla özel olarak kurgulanmış, Ufuk Avrupa ve Pazar Genişletme Programı olan "Entertech Netherlands Expanding Programı"na seçilen 10'u aşkın girişimci Hollanda'ya gitmek için yola çıkıyor. Aralarında çevre dostu bitki bazlı et, deniz bakterileri ile çevre temizliği ve sürdürülebilir tarım çözümleri, doğal gıda katkı maddeleri ile yenilebilir propolis gıda takviyesi geliştirme, farklı kültür



medyumları kullanarak in vitro üretilen sığır embriyoları, ev hayvanları için yerli fonksiyonel yem katkı maddesi

üretimi gibi inovatif çözümler sunan gıda ve tarım teknolojileri girişimleri, Hollanda'da networking imkanı yakalayacak, yabancı yatırımcılarla bir araya gelecek ve Hollanda pazarının dinamiklerini keşfedecekler. Exelerate iş birliği ile yürütülen ve Amsterdam merkezli gerçekleştirilen olan program, Türk girişimcilerin Hollanda pazarına sorunsuz bir şekilde giriş yapmalarını sağlamayı ve Avrupa genelinde işlerini büyütmeleri için gereken kaynakları ve ağıları sunma amacını taşıyor.

KOBİ'ler dijital dönüşüm için Aydın'da buluştu

■ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) himayesinde, Aydın Ticaret Odası'nda düzenlenen Akıllı KOBİ Aydın Dijital Dönüşüm Konferansı, 23 Ekim'de gerçekleşti. Bu yılın beşinci, serinin sekizinci etkinliği olan Akıllı KOBİ Aydın Dijital Dönüşüm Konferansı'nda KOBİ'lerin dijital dönüşüm yolculuğu, gıda sanayinde dijitalleşme, dijital dönüşüm finansman destekleri ve daha birçok konu masaya yatırıldı. Konferansta, iş dünyasının önde gelen isimlerinin yer aldığı panellerde KOBİ'lerin dijital dönüşümü ve sektörler özelinde faydalı bilgiler paylaşıldı. Etkinliğin açılış konuşmacılarından Aydın Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Maraş "Dijital dönüşüm, iş dünyasında rekabetçi kalabilmenin en önemli anahtarıdır. Aydın Sanayi Odası olarak, üyelerimize ve yerel işletmelere dijital dönüşüm sürecinde gerekli destekleri sunarak, teknolojiye entegre olmalarına yardımcı olmayı hedefliyoruz. Bu bağlamda düzenlenen Akıllı Kobi Dijital Dönüşüm Konferansı, iş dünyasının geleceği için kritik bir fırsat sunmaktadır. Inovasyonu ve dijitalleşmeyi benimseyen bir toplum yaratmak, ülkemizin ekonomik büyümesine önemli katkılarda bulunacaktır" ifadelerini kullandı.





Garanti BBVA, Cumhuriyet'in ikinci yüzyılını çağdaş bir eserle karşılıyor

■ Garanti BBVA, Cumhuriyet'in ikinci yüzyılını, Türkiye'nin önde gelen heykel sanatçılarından Metin Yurdanur tarafından yapılan Cumhuriyet Anıtı ile karşılıyor. Bankanın İstanbul Zincirlikuyu'da bulunan Genel Müdürlük binasının önüne yerleştirilen Anıt, Atatürk'ün Cumhuriyet ile kazandırdığı düşünce ve ideallerin ikinci yüzyılda da yükselmeye devam edeceğini simgeliyor. Garanti BBVA çalışanlarının ortak aklı ve vizyonu doğrultusunda Metin Yurdanur tarafından Banka'ya özel tasarlanan bu özgün eserde, Cumhuriyetin dinamik ve coşkulu değerlerini simgeleyen dalgalarla birlikte, Atatürk'ün aydınlığının, Türk gençliği tarafından geleceğe taşındığı ifade

ediliyor. Bronz döküm ve paslanmaz çelik, karışık teknikle yapılan Anıt'ın brüt beton 1,5 metre kaide üzerinde 6 metre yüksekliği bulunuyor. Cumhuriyet Anıtı'yla ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdürü Mahmut Akten, "Cumhuriyetin kazanımlarını gelecek nesillere taşımak öncelikli hedefimiz. Garanti BBVA olarak, Atatürk'ün düşünceleri ve Cumhuriyet'in temel değerlerini yaşatmak ve güçlendirmek için çalışıyoruz" dedi.

Fiber Games, yeni yatırım turunu tamamladı

■ Türk oyun şirketi Fiber Games, yeni yatırım turunu tamamladı. Fiber Games bu yatırımla ekibini güçlendirmeyi ve hybrid-casual türünde yeni oyunlarını global ölçekte büyütmeyi planlıyor. Arz Portföy ve Boğaziçi Ventures liderliğinde tamamlanan tura Inveo Ventures Co-Investment GSYF, Doğa Girişim Yönetim Kurulu Üyesi Birol Özkan, Inventuna Games



ve Kod-A firmalarının kurucu ortakları Ersin Taşkın ve Erhan Taşkın katıldı. Fiber Games kurucu ortağı Faruk Akıncı "Fiber Games olarak tüm eforumuzu pazara uyumlu (market-compatible) mobil deneyimler geliştirmeye harcıyoruz. Bulmaca türündeki hyper-casual oyunlar üzerindeki prototip çalışmalarımız devam ederken, hibrid türündeki denemelerimiz çok yüksek oyun süresi metrikleri üretti. Başarıyla kapattığımız bu yeni yatırım turumuz bu alandaki üretim kabiliyetlerimizi artırmamızı sağlayacak" dedi. Fiber Games kurucu ortaklarından Volkan Turan ise sürdürülebilirliğe dikkat çekerek "İş modelimize güvenen tüm yatırımcılarımıza teşekkür ederiz. Fiber Games, önceden olduğu gibi ayakları yere sağlam basan başarılı ve eğlenceli projelere imza atmaya devam edecek. Bu doğrultuda profesyonel düşünen tüm sektör yeteneklerine de ekibimizde yer olduğunu söyleyebilirim" dedi.



Yeni ofisler AR-GE firmalarını bekliyor

■ Ankara'da gerçekleştirilen Uluslararası Veri Bilimi ve İstatistik Kongresi (IDSSC 2024), yapay zeka ve veri bilimi alanındaki girişimcileri melek yatırımcılarla buluşturdu. Inovest Girişim'in organizasyonunu üstlendiği bu etkinlikte girişimciler ve yatırımcılar arasında hızlı ve etkili bağlantılar kuruldu. Dr. Ayşe Kuyrukçu moderatörlüğünde gerçekleşen B2B etkinliği, girişimcilere projelerini tanıtmaya, yatırım bulma ve işbirliği yapma fırsatı sundu. Kuyrukçu, bu tür etkinliklerin girişimcilere finansman, iş birliği ve mentorluk sağlama açısından büyük önem taşıdığını belirtti. "Etkinlik boyunca, girişimciler projelerini birebir sunma fırsatı bulurken, yatırımcılar da karlı ve yenilikçi start-up'ları aradı" diyen Kuyrukçu, yatırımcılar ve girişimciler arasında en uygun işbirliklerinin sağlandığını söyledi. Buluşmada, teknoloji girişimciler ile yatırımcılar arasında yapılan görüşmelerin, girişimcilik ekosistemine büyük katkı sunduğu belirten Kuyrukçu, özellikle yapay zeka, veri bilimi ve sürdürülebilirlik alanlarında faaliyet gösteren start-upların, yatırımcıların radarına girdiğini ifade etti.



Türkiye'nin girişimcilerini Silikon Vadisi'ne götürüyor

■ Hamdi Ulukaya Girişimi (HUG), 16-24 Kasım tarihleri arasında Türkiye'den 5 startup'ı Silikon Vadisi'ne götürüyor. Startuplar, dört haftalık online mentorluk programının ardından, Silikon Vadisi'nde yatırımcı ve liderlerle buluşma fırsatı yakalayacak. 2017 yılında girişimci adaylarına destek vermek amacıyla kurulan Hamdi Ulukaya Girişimi (HUG), bu yıl Türkiye'den 5 yenilikçi startup'ı dünyanın en önemli teknoloji ve inovasyon merkezi olan Silikon Vadisi'ne taşıyor. 16-24 Kasım tarihleri arasında gerçekleşecek bu uluslararası program öncesinde girişimciler, HUG tarafından düzenlenen dört haftalık bir online mentorluk sürecine dahil olacak. Program sayesinde girişimciler, Silikon Vadisi'nin önde gelen yatırımcıları ve liderleri ile tanışarak projelerini küresel sahnede tanıtmaya fırsat bulacak. Hamdi Ulukaya Girişimi katılımcıları aynı zamanda, girişimcilik alanında dünyanın en önemli zirvelerinden biri olan Plug&Play İnovasyon Zirvesi'ne de katılım şansı yakalayarak startuplarını tanıttacak.

ÇEVRECİ GİRİŞİMCİLER BÜYÜYÖR



Artık iklim krizinin ve küresel ısınmanın her geçen gün kendini daha fazla hissettirmeye başladığı dünyamızda çevreci girişimler önem kazanmaya başladı. Atık yönetiminden karbon ayak izini azaltmaya, enerji kaynaklarını depolama çözümlerinden pil ömrünü uzaltmaya kadar birçok çevreci girişim kuruluyor. Türkiye’de start up ekonomisinde tarımda teknolojiyi kullanarak verimliliği arttıran girişimcilerin de sayısı artıyor. Bu girişimciler teknolojilerini yurt dışına taşıyarak, büyümeyi planlıyor. Kapak haberimizde bu girişimcilerin ekosisteme sundukları teknolojileri ve büyüme planlarını araştırdık.

ÖNE ÇIKAN 30 YERLİ YEŞİL GİRİŞİM

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

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

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

TARIM GİRİŞİMLERİNİN YÜKSELİŞİ

Bunun yanı sıra tarımsal üretimin önemine rağmen, tarımsal üreticilerin ve çiftçilerin gelirinin tarım dışı sektörlerle kıyaslandığında ortalama yüzde 40 daha düşük olduğu ifade ediliyor. Düşük karlılık ve yüksek risklerle çiftçilerin tarım arazilerini terk etmesine, kırsaldan kentlere kitlesel göçlerin yaşanmasına sebep oluyor. Genel arz açısından bakıldığında, bu sorunlar gıda güvenliğini de doğrudan etkiliyor. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu (FAO) verilerine göre dünya üzerindeki yaklaşık beş milyar hektarlık tarım arazisi, global arazi yüzeyinin yüzde 38’ini kapsıyor. Söz konusu arazinin yaklaşık üçte biri tarımsal üretim için geri kalan üçte ikisi ise hayvancılık endüstrisinde mera ve çayır olarak kullanılıyor. Öte yandan dünya nüfusunun katlanarak artmasıyla birlikte gıda ihtiyacı da büyük hızla artıyor. Bu durum da sınırlı kaynaklar olan toprak ve su kullanımı konusundaki kaygıları da beraberinde getiriyor.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı’nın (UNDP) 2030 vizyonunda önemli bir yere sahip olan sürdürülebilir tarım, mevcut kaygıları ortadan kaldırmanın en önemli yolu. Bu ise ancak ta-

Şirket adı	Faaliyeti
Agrovech	Özel yazılım ve donanım ürünleri ile tarım arazilerinde verim artışı, rekolte tahmini ve envanter çıkarımı üzerine odaklandı. Mısır, buğday, çeltik, ayçiçeği ve zeytin gibi bitkilerin uydru ve drone üzerinden analizini gerçekleştiriyor.
Agrovisio	Uydu ve dron görüntülerini kullanarak çiftçilere ve tarım işletmelerine veriye dayalı karar almalarında yardımcı olan dijital bir tarım platformu olarak hizmet veriyor.
Biriktir	Bireylere ve kurumsal firma çalışanlarına oyunlaştırılmış sistemiyle yeşil alışkanlıklar kazandırarak karbon ayak izi olusumunu engelliyor.
COWEALTHY	Büyükbaş süt çiftlikleri için IOT tabanlı donanımlar ile çalışan sürü yönetim çözümü geliştiriyor. Başta büyükbaş hayvanlar olmak üzere tüm çiftlik hayvanlarının sağlık ve beslenme verilerini toplayarak bu verileri izliyor ve yönetiyor.
Ecording	Drone ile tohum topu atışı imkanı sağlayan, iklim krizi mücadelesini teknoloji ile birleştirmiş bir sosyal girişim.
Energymet	Kullanıcıların saatlik değişken elektrik birim fiyat tarifesine göre tükettikleri elektriğin makine öğrenmesi eşliğinde yenilenebilir enerji kaynakları ve depolama çözümleri ile karşılanmasını sağlıyor.
Esmiyor esular	İklim krizi ve sürdürülebilirlik alanlarında çalışan, amaç odaklı bir tasarım stüdyosu. Tarım, su ve gübre yönetimi sektörlerini dijitalleştirerek, sürdürülebilir tarıma öncülük etmeyi amaçlayan bir yapay zeka destekli su ve enerji yönetim platformu.
Evreka	Gerçek zamanlı ve geçmiş verileri kullanarak atık yönetim sürecinin her aşamasını optimize etmek için dijital bir atık yönetimi platformu sunuyor.
Eyes of Solar	Enerjisini güneşten sağlayan bir entegre güvenlik sistemi.
FarmLabs	Agro4 Değişken Oranlı Gübreleme Platformu geliştiriyor. Yazılım ve donanım ürünlerinden oluşan platform ile çiftçiler tarımsal üretim maliyetlerinin yaklaşık 40’ını oluşturan gübre girdisinden yüzde 25 tasarruf elde edebiliyor.
Fazla	Gıdadan tekstile, kimyasaldan ambalaja tüm fazla ürünleri döngüsel ekonomiye kazandırmak için çalışmalar yürütüyor.
Harcy	Polyester atıklarının geri dönüşümünü sağlamak için bina ısı yalıtım malzemesi üretiyor.
Hextech Green	Serada bitki yetiştirme sistemlerinde, hataları ortadan kaldırmak için hazır çözümler sunuyor.
Komporize	Atık çay lifinden biyokompozit malzeme üretimi yaparak, sürdürülebilir, çevreci ve yenilikçi malzeme üretimi amaçlıyor.
Köstebek/Mol-E	Elektronik atıkların yönetimi için dijital bir altyapı sunuyor.
LogD	Milk Run Yönetim Sistemi’ni kullanan markalar ve işletmeler, hem çevreye verdikleri zararı azaltıyor hem karbon ayak izini azaltıyor hem de döngüsel ekonominin devam etmesini sağlıyorlar.
Mapla Biotechnology	Biyomalzeme üretimi için geliştirdiği malzemenin özelliklerine katkı sağlamak amacıyla kullandığı kayısı çekirdeği kabuğunu yeni iş planında doğrudan biyoplastik üretiminde kullanmaya yönelik bir dönüşüm yaşıyor.
Margeht Biyoteknoloji	Bitki doku kültürü yöntemlerine ilişkin yöntem, cihaz ve protokol geliştiriyor. İlaç hammaddesi olarak kullanılan bitkisel dokuların biyoreaksiyon prosesinde standardizasyonu ve biyoteknoloji ilaç üretimi üzerine matematik modelleme üzerine çalışmalar yapıyor.
Microfert	Tarımsal problemlere çözüm olarak mikroorganizmalardan faydalanarak, düşük maliyetli ve yüksek verim sağlayan mikrobiyal formülasyonlar geliştiriyor. Toprağa zarar vermeden organik madde içeriğini artırarak toprak yapısını güçlendirerek verimliliğinin artmasını sağlıyor.
Move On	Tarımsal otonomi için sahada uç cihazlarla, bulutta ise tarım platformu ile hizmet veriyor.
Ne Ekersen	Çiftçiler platformdan tarım makinelerini paylaşarak ekonomik açıdan daha sürdürülebilir bir tarım modeline geçiş yapıyor.
Orbiba Robotics	Temiz tarım alanında katkı sunmak isteyen her birey için karşılanabilir, yapay zeka ile veri işleyen akıllı robot platformları üretiyor.
Rono Bilgisayar	Uydu görüntülerinin işlenmesi ile tarım alanlarını tespit etmeyi ve her bir tarım alanındaki ekili/dikili ürünleri belirlemeyi hedefliyor. Bu alanlar üzerinde ekili/dikili bulunan ürünlerin sağlık durumu, fenolojik evresi gibi birçok kritik tarımsal bilgi toplanabiliyor.
Some Carbon	Küresel karbon emisyonlarına yönelik AR-GE, yazılım ve üretim çalışmaları yürüten bir girişim.
tarla.io	Yerel hava durumu bilgilerini, toprak parametrelerini ve bitki verilerini topluyor ve ölçüyor. Platform, işletmelerin ve çiftçilerin değişken iklim koşulları altında operasyonel verimliliğini artırmalarını sağlıyor.
Tayko Pil	Türkiye’de üretimi olmayan CR2032 sınıfı pil üretimine odaklanmış bir AR-GE firması.
ThermaBee	Isı yönetim malzemeleri geliştiriyor ve üretiyor
Uptech Labs	Geliştirilen ultra performanslı akıllı LED aydınlatma ve hidroponik bitki yetiştirme sistemleri ile istenilen aroma ve kalitede iki kat daha az enerji harcayarak 12 ay bitki yetiştirme imkanı sunuyor.
Werover	Hidroelektrik santralleri ve rüzgar enerjisinde geliştirdiği yazılımla birlikte enerji varlıklarında sürdürülebilirliği sağlamayı hedefliyor.

Not: Şirketler alfabetik sıralanmıştır.

MUSTAFA KUYUMCU / KOMPORİZE KURUCUSU



“12 bin ağacı kurtaracağız”

“Komporize atık çay lifinden biyokompozit malzeme üretimi yaparak, sürdürülebilir, çevreci ve yenilikçi malzeme üretimi amaçlıyor. Üretilen biyokompozit malzemeler başta otomotiv, beyaz eşya, mobilya, inşaat, mimari, oyuncak ve tüketici sektörüne son ürün üreten firmalara hitap ediyor. Yılda 60-100 bin ton olarak ortaya çıkan çay lifleri;

fabrikalarda yakma ya da çürümeye terk etme şeklinde yok ediliyor. Biz atık çay liflerini amaca yönelik olarak belirlenen özel bağlayıcılar ile bir formülasyon kullanarak ve karıştırarak doğada çözünebilir biyokompozit hammaddeler elde ediyoruz. Atık çay lifinin kullanım miktarını 500 tonlara çıkarmayı planlıyoruz, böylece 12 bin ağacı kurtarmış olacağız.”

BALCA YILMAZ / WEROVER KURUCUSU

“Rüzgar türbinlerinin ömrünü uzatıyoruz”

“Hidroelektrik santralleri ve rüzgar enerjisinde geliştirdiğimiz yazılımla birlikte enerji varlıklarında sürdürülebilirliği sağlamayı hedefliyoruz. Searover ile hidroelektrik santrallerinde bulunan hızlandırma tünellerinin 3D haritasını çıkarıyoruz. Su altı için özel olarak üretilen robot ile bu operasyonu 1-2 gün içerisinde gerçekleştiriyoruz.

Windrover ile rüzgar türbinleri için bakım önerileriyle birlikte 7/24 sağlık izleme hizmeti sunuyoruz. Windrover, makine öğrenimi algoritması ile verileri toplayıp analiz ederek rüzgar türbini kanatlarında erken hasar tespitini yapıyoruz. Bu sayede normalde 15-20 yıl servis ömrü olan rüzgar türbinlerinin servis ömrünü uzatmayı hedefliyoruz.”



rım endüstrisinde teknolojiye güç alan, yenilikçi uygulamaların geliştirilmesiyle mümkün. İşte, tarımsal girişimcilik önemi de bu noktada ortaya çıkıyor. Türkiye’de start up ekonomisinde tarımda teknolojiyi kullanarak verimliliği arttıran girişimcilerin sayısı artıyor. Bu girişimciler teknolojilerini yurtdışına taşıyarak, global ayak izlerini büyümeyi planlıyor.

Biz de kapak haberimizde çevreci girişimlerin ve tarım start up’larının projelerini ve büyüme planlarını araştırdık.

DİJİTAL ATIK YÖNETİMİ

Örneğin Garanti BBVA Partners girişimlerinden olan Evreka, gerçek zamanlı ve geçmiş verileri kullanarak atık yönetim sürecinin her aşamasını optimize etmek için dijital bir atık yönetimi platformu sunuyor. ABD’den Singapur’a dünyanın 20’den fazla ülkesine atık ve kaynak yönetimi çözümleri sunduklarını söyleyen Evreka CEO’su Umutcan Duman, “Hollanda’da ilk yerel ofisimizi açtık. Uluslararası geri dönüşüm lideri TerraCycle ile yaptığımız

ortaklık sayesinde çözümlerimiz 16 ülkede kullanılıyor. İngiltere ve İrlanda’nın da bulunduğu Avrupa operasyonlarının yanı sıra Kuzey Amerika’da da büyümeye devam ediyoruz” diyor.

DRONE İLE TOHUM ATIŞI

Garanti BBVA Partners girişimlerinden Ecoring, drone ile tohum topu atışı imkanı sağlayan, iklim krizi mücahadesini teknoloji ile birleştirmiş bir sosyal girişim. Ecoring’in ecoDrone’ları; küresel iklim krizine karşı öncelikli ulaşılması zor alanlara tohum ve tohum topu atışları gerçekleştirerek, ormanlaştırma ve biyoçeşitlilik çalışmalarına destek veren insansız hava araçları olarak öne çıkıyor. EcoringApp ise dünya yararına verilen görevleri doğruladığınızda, küresel iklim krizine karşı harekete geçerken, edindiğiniz ecoPuan’lar ile de kendinizin ve dünyanın ihtiyaçlarını karşıladığınız bir mobil uygulama.

ELEKTRONİK ATIK YÖNETİMİ

Yine Garanti BBVA Partners girişimlerinden Köstebek/Mol-E, elektronik atıkların yönetimi için dijital bir altyapı. Köstebek mobil uygulamasının içinde bulundurduğu elektronik atık tanıma sistemi ile kullanılmayan elektronik cihazların kayıtlı olarak toplanmasını sağlarken, kişilerin geri dönüştürmek istediği cihazlar karşılığında puan kazanabilecekleri ve bu puanları istediği bağış platformunda kullanabilecekleri bir ekosistem sunuyor. Böylece hem çevresel hem de sosyal faydayı uçtan uca izleme imkanı sağlıyor. Girişimin kurucusu Müge Baltacı, Garanti BBVA, Ekonomist Dergisi ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliği ile düzenlenen Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’nda geçtiğimiz yıl ‘Kadın Sosyal Etki Girişimcisi’ ödülü aldı. 2024 yılında platformu Avrupa’ya taşımaya hazırlanan Baltacı, “Türkiye’de unicorn olmak en büyük hedefimiz. İlk olarak Avrupa’ya açılmayı planlıyoruz. 2028 yılında ise exit yapmayı hedefliyoruz” diyor.

YEŞİL YAKALI ÇALIŞANLAR

Biriktir ise bireylere ve kurumsal firma çalışanlarına oyunlaştırılmış sistemiyle yeşil alışkanlıklar kazandırarak karbon ayak izi oluşumunu engelliyor ve karbon ayak izi ölçümünü gerçekleştirerek Biriktir App & Plat-



formundan anlık veriler sağlıyor. Yağmur Gömürlü, Yusuf Demir ve Elif Köse tarafından hayata geçirilen Biriktir, ödüllendirme ve bağış sistemi sayesinde bireylerin ve kurumların atıklarını ayrıştırarak, doğru bir şekilde geri dönüşüm yapmasını teşvik ediyor. Şirketlerde ‘yeşil yakalı çalışanlar’ oluşturduklarını söyleyen Gömürlü, “Çalışanlar şirket içinde gerçekleştirdikleri yeşil görevler sonucunda çevre puanı kazanıyorlar. Bunun sonucunda ise ödül kazanıyor veya sosyal sorumluluk projelerine bağışta bulunabiliyorlar” diye konuşuyor.

TASARIM STÜDYOSU

Esmiyor, iklim krizi ve sürdürülebilirlik alanlarında çalışan, amaç odaklı bir tasarım stüdyosu. Kurumlara ve şirketlere sürdürülebilirlik stratejilerinde ve sürdürülebilirlik iletişiminde yenilikçi çözümler ve projeler sunarak hem doğrudan etkilerini artırmayı hem de bu ilham verici projelerin iletişimiyle dolaylı etki yaratmayı amaçlıyor. Derin Altan, Naz Yaman ve Utku Güven tarafından hayata geçirilen sosyal girişim, kurumlara ve şirketlere hizmet sağlıyor. Garanti BBVA, THY, Koç Grubu, Apple gibi büyük kurumlara da çalıştıklarını belirten Derin Altan, “İhracat ile uğraşan KO-Bİ'lere yönelik bir ürün geliştirmeyi ve yatırım almayı hedefliyoruz” diye konuşuyor.

YEŞİL YAKITA DÖNÜŞTÜRÜYOR

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

AKILLI ENERJİ YÖNETİMİ

Energyment, kullanıcıların saatlik değişken elektrik birim fiyat tarifesine göre tükettikleri elektriğin makine öğrenmesi eşliğinde yenilenebilir enerji kaynakları ve depolama çözümleri ile karşılanmasını sağlıyor. Akıllı Enerji Yönetim Sistemi projesi kapsamında Anadolu Efes, Anadolu Isuzu ve EnerjiSA ile çalışmalara başladıklarını ifade eden Energyment Kurucusu Cantürk Yılmaz, “1000 kW gü-

cünde bir proje ile ürünümüzün testlerini tamamlamayı planlıyoruz. Bu ürün sayesinde yaptığımız ilk hesaplamalara göre müşterimizin 140 bin kWh elektrik enerjisinden tasarruf etmesini sağlayarak karbon salımlarını 66,22 ton azaltmayı hedefliyoruz” diyor.

GÜCÜNÜ GÜNEŞTEN SAĞLIYOR

Eyes of Solar, enerjisini güneşten sağlayan bir entegre güvenlik sistemi. Donanımları sayesinde elektrik ve data altyapısına ihtiyaç kalmadan dış ortam aydınlatmasının yanı sıra güvenlik kamerası networklerine kolaylıkla entegre olabiliyor, elde edilen görüntüleri ana yazılım üzerinde senaryolara göre işleyebiliyor. İTÜ Çekirdek'te kurulan Eyes of Solar'ın bu yıl saha testlerinin tamamlanacağını söyleyen firmasının kurucusu Hakan Bayram, ilk etapta kendi kontrol kartlarının ve tüm donanımların imalatına başlayacaklarını belirtiyor. Bayram, “Eyes of Solar bir dış ortam aydınlatmasında doğaya, yaklaşık altı ağaç kadar fayda sağlıyor. 2023 yılı içerisinde 8 bin ağaçlık küçük bir orman etkisi yaratmayı hedefliyoruz” diye konuşuyor.



Cantürk Yılmaz



Hakan Bayram

OLCAY SİLAHLI / FAZLA KURUCU ORTAĞI VE CEO'SU



“Operasyonlarımızı İspanya’ya taşıdık”

“HoReCa sektörü için özel olarak geliştirdiğimiz ve bir IoT çözümü olan Akıllı Tartı Sistemi ile işletmeler gıda atıklarını yüzde 50’ye kadar azaltabiliyor ve yapılan analizler doğrultusunda satın alım maliyetlerini yüzde 8’e kadar düşürebiliyor. Ticari online alışveriş platformu olan Fazla Market; tedarik zincirinde yer alan kurumların çeşitli sebepler ile ellerinde kalan fazla ürünlerini, bu ürünleri

değerlendirebilecek alıcılar ile buluşturmasını sağlıyor. Fazla İyi Uygulaması ile işletmeler; son tüketim tarihi yaklaşan, kozmetik sebepler ile tercih edilmemiş ya da farklı sebepler ile satışını gerçekleştiremedikleri fakat insan tüketimine uygun yiyecek ve içeceklerini yüzde 50 indirimli şekilde çevrelerindeki tüketiciler ile buluşturuyor. İspanya pazarına açıldık. Heyecanlıyız ve çok yüksek motivasyon içerisindeyiz. Amacımız; tedarik zincirinin paydaşları arasında güçlü bağlantılar geliştirmek, sürdürülebilir sistemler oluşturup İspanya’da halihazırda atılmış olan adımları güçlendirip ivmelenen bir etki yaratmak.”

POLYESTER ATIKLARINI DÖNÜŞTÜRÜYOR

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

PİL ÖMRÜNÜ UZATIYOR

Tayko Pil, Türkiye’de üretimi olmayan CR2032 sınıfı pil üretimine odaklanmış bir AR-GE firması. Bu lityum piller, başta otomobillerin uzaktan kumandası olmak üzere, oyuncaklarda, saatlerde, bilgisayarlar-da ve birçok elektronik cihazda kullanılıyor.

Pil kimyasında nano kalınlıkta seramik yüzey kaplaması, pil katot kristal yapısına bor elementi katkısı ve bitkilerden elde edilen bağ-



Melih Gazi Küşüm

layıcının pil yapımında kullanılmasıyla hem pilin ömrünü uzatılması hem de ülkemizde çevreci pil üretimi hedefleniyor. Tayko Pil Kurucu Ortağı Ezgi Yılmaz, “Sadece bir pil içerisinde kullandığımız bitkisel bağlayıcı-

nın dahi geri dönüşüm sürecini beş yıl kısaltabileceğini öngörüyoruz” diyor.

YURTDIŞI BAĞIMLILIĞINI AZALTACAK

ThermaBee, ısı yönetim malzemeleri geliştiriyor ve üretiyor. ThermaBee Kurucusu Utku Orkun Gezici, “Termal Macun üretimine başladık. Elektronik ekipmanların çalışırken ısınması ve daha çok enerji tüketmesi ömürlerini kısaltıyor. Şu an Türkiye’de yerli olarak ürettiğimiz Termal Macun yurtdışı muadillerine göre fiyat ve performans olarak üstün.

İçerisinde hiçbir şekilde metalik partikül bulundurmaması da hem kullanımında hem de çevreye fayda sağlıyor” diyor. Gezici, LED piyasaasının termal macun konusunda yurtdışı bağımlılığını ortadan kaldırmayı hedeflediklerini de sözlerine ekliyor.

YÜZDE 97 SU VERİMLİLİĞİ

Uptech Labs Kurucu Ortağı Mert Kalaycı tarafından geliştirilen ultra performanslı akıllı LED aydınlatma ve hidroponik bitki yetiştirme sistemleri ile istenilen aroma ve kalitede iki kat daha az enerji harcayarak yüzde 97 su verimliliği ile zirai ilaç kullanmadan 12 ay boyunca bitki yetiştirme imkanı sunuyor. Bu kapsamda 139 farklı türün aroma ve tat verisi bulunuyor. Sekiz ülkede kullanıcılarının bulunduğunu söyleyen Kalaycı, “Öncelikli olarak Kuzey Avrupa ve Körfez Ülkelerinde M-Garden ürünleriyle yeni nesil dikey tarım tesisleri kuracağız. Mevcut seralarda verimlilik arttırma amacıyla U-Pro destek aydınlatma sistemleri geliştirileceğiz” diyor.

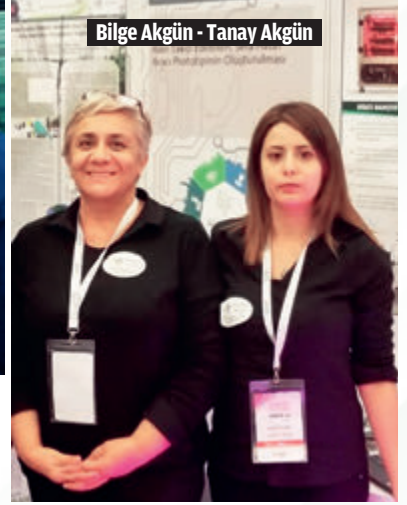
DİJİTAL PLATFORM KURDU

Agrovisio’nun Kurucu Ortağı Emre Tunalı, uydru ve dron gözlemlerini kullanarak çiftçilere ve tarım işletmelerine veriye dayalı karar almalarında yardımcı olan dijital bir tarım platformu kurdu. Çiftçilere ve tarım işletmelerine yüksek teknoloji tarım alanlarını uygun maliyetlerle sağlayarak sürdürülebilir tarımı desteklemeyi hedefleyen platform, tarım alanlarını uydru ve drone görüntüleri kullanarak yıl boyunca gözlemliyor. Tunalı, “Agrovisio’da yarattığımız dijital tarım platformumuzdan 40 milyon hektarda kesintisiz ola-

rak tarım alanlarını gözlemleyebiliyoruz. Gözlem yaptığımız ülkeler arasında Türkiye, Azerbaycan, Kıbrıs, Moldova, Sırbistan, İtalya ve İngiltere mevcut. Aldığımız yatırımla özellikle Avrupa pazarında daha aktif hale gelmeyi hedefliyoruz” diyor.

ORGANİK TARIMA KATKI

Orbiba Robotics, temiz tarım alanına katkı sunmak isteyen her birey için karşılanabilir, yapay zeka ile veri işleyen akıllı robot platformları üretmek üzere kuruldu. 2022



yılında İlker Bektaş tarafından kurulan Orbi-ba Robotics, özellikle organik tarım sektöründeki şirketlere veya çiftçilere hizmet sunuyor. Bunlar arasında organik tarım uygulayıcıları, küçük, orta ve büyük ölçekli tarım işletmeleri bulunuyor. Bektaş, "Organik tarım teknolojilerindeki liderliğini pekiştirmeyi amaçlayan girişimimiz, farklı coğrafyalarda organik tarımda yerel ihtiyaçlara uygun çözümler sunmayı planlıyor. Aynı zamanda, organik tarımı destekleyen uluslararası ortaklıklar kurarak yerel bilgi birikiminden faydalanmayı, yurtdışındaki yeni pazarlara giriş yaparak etkili bir büyüme stratejisi oluşturmayı hedefliyoruz" diyor.

TARIM MAKİNELERİ PAYLAŞIMI

Tarım makinelerinin paylaşımı konseptini oluşturan İzmirli çiftçi bir ailenin çocuğu Ne Ekersen Kurucu Ortağı Emre Taşkıran, bugün Türkiye genelinde birçok çiftçiye ulaşıyor. Çiftçiler, Ne Ekersen'in sunduğu çeşitli hizmetlerle tarımsal işlerini daha akıllıca yönetebiliyor, makineleri paylaşabiliyor ve birbirleriyle iletişim kurarak deneyimlerini paylaşabiliyorlar. Çiftçiler platformdan,

tarım makinelerini paylaşarak ekonomik açıdan daha sürdürülebilir bir tarım modeline geçiş yapabiliyor. Farmgy.com markasıyla Portekiz, İspanya, Romanya ve Bulgaristan gibi ülkelerde faaliyete geçme planlarının bulunduğu söyleyen Taşkıran, "Yurt dışındaki benzer platformlarla iş birliği yaparak, karşılıklı öğrenme ve deneyim paylaşımıyla küresel tarım topluluğuna katkıda bulunmayı amaçlıyoruz" diyor.



İlker Bektaş



Emre Taşkıran

UNICORN OLMAYI HEDEFLİYOR

Move On, sürdürülebilir bir tarım için yapay zekâ tabanlı teknolojiler geliştiren çiftçi ve mühendislerden oluşan bir tarım girişimi. Tarımsal otonomi için sahada uç cihazlarla, bulutta ise tarım platformu ile hizmet veriyor. Türkiye'de ilk ve tek traktörler için yapay zekâ destekli otonom sürüş kitlerini tarım bulut platformu destekli geliştiren Move On, çiftçi ve bilgisayar yüksek mühendisi girişimci Ömer Faruk Koç tarafından kuruldu. Koç, tarımsal otonomi pazarında önümüzdeki beş yıl içerisinde 1 milyar dolarlık pazara erişerek unicorn olmayı hedefliyor. 2025 yılı içerisinde Türkiye'de bir üretim tesisi açmayı

planladıklarını söyleyen Koç, "Uzun vadede ise Amerika pazarına ulaşmayı ve Türkiye'de geliştirdiğimiz derin teknoloji çözümlerimizi globalleştirmeyi planlıyoruz" diyor.

SERA YETİŞTİRİCİLİĞİNE ÇÖZÜM

Hextech Green, iç mekân tarım teknolojisi ürünleri sektöründe faaliyet gösteriyor. Profesyonel gerektiren serada bitki yetiştirme sistemlerinde, hataları ortadan kaldırmak için hazır çözümler sunuyor. Ziraî bilgisi olmayan kişiler bile bu çözümler sayesinde dış iklimten zarar görmeden, tüketimin en yoğun olduğu şehir merkezlerinde, az kaynak kullanılarak, küçük alanlarda çok miktarda tarımsal gıda üretebiliyor. Şirketin sunduğu teknoloji ile hızlandırılmış süreç makineler tarafından yönetiliyor, kimyasal kirliliği olmayan gıdalar üretiliyor. Yapay zekâ yazılımı uygulamasını devreye alarak işletme ve yetiştiricilik kararları için daha etkin bir bilgi akışı sağlamayı başardıklarını söyleyen şirketin kurucu ortağı Bilge Akgün, Afrika, İran, Umman, Özbekistan, Irak ve Suudi Arabistan'ın yanı sıra AB ülkelerine de en kısa zamanda açılacaklarını belirtiyor.

Girişimler İstanbul Venture Day'de buluştu

Garanti BBVA, IE University tarafından düzenlenen Venture Day serisinin İstanbul ayağını Fintech İstanbul ile birlikte gerçekleştirdi. Etkinliğe katılan start up'lar, İtalya'dan ve İspanya'dan yatırımcılarla tanışarak bu ülkelerdeki yatırım fırsatları hakkında bilgi edindi. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Ceren Acer Kezik; fintech dünyasının en parlak zihinlerini desteklemeye ve yenilikçiliği teşvik etmeye devam edeceklerine dikkat çekti.

24 Ekim'de IE University International Ventures Day/Uluslararası Girişim Günleri'nin merkezi İstanbul oldu. Garanti BBVA; start up ekosistemini desteklemek ve yenilikçi fintech çözümlerine katkı sağlamak amacıyla, Madrid merkezli uluslararası üniversite IE University iş birliğiyle İstanbul Venture Day etkinliğini gerçekleştirdi.

İnovasyonun çeşitli sektörlerdeki etkisini göstermeyi ve Türkiye'nin küresel girişimcilik ortamında artan rolünü vurgulamayı amaçlayan ve fintech alanında Türkiye'de bir ilk olan bu önemli etkinlik, start up ekosistemine global kapılar açma hedefiyle gerçekleşti. Salt Galata'da girişimcileri buluşturan İstanbul Venture Day; İspanyol ve İtalyan konsolosluklarının da katılımına da sahne oldu.

Venture Day serisinin İstanbul ayağı

Girişimcilerin, yatırımcıların ve sektör profesyonellerinin geleceğin fintech çözümlerine tanıklık ettiği İstanbul Venture Day, IE University'nin dünya genelinde South Summit öncesi düzenlediği Venture Day serisinin İstanbul ayağını oluşturdu. Start up'lara yönelik bu önemli etkinlik, Türk iş dünyasının önde gelen konuşmacılarını, aydınlatıcı panel tartışmalarını, start up yarışmasını ve kapsamlı networking fırsatlarını bir araya getirdi.

Etkinliğe katılan start up'lar, İtalya'dan ve İspanya'dan yatırımcılarla tanışma şansı yakalarken bu kapsamda bu ülkelerdeki pazarlar ve yatırım fırsatları hakkında da bilgi

CEREN ACER KEZİK / GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

"Garanti BBVA olarak girişimcileri stratejik olarak önceliklendiriyoruz"

■ **"YENİLİKÇİLİK, TEKNOLOJİ VE GİRİŞİMCİLİK EKSENİ"** Türkiye'nin lider dijital bankası olan Garanti BBVA'da yenilikçilik, teknoloji ve girişimcilik ekseninde uzun yıllara dayanan bütüncül çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Girişimcilik ekosisteminin büyümesinin, ülkemiz ekonomisi ve geleceği için hayati önem taşıdığının bilinciyle girişimcileri stratejik olarak önceliklendiriyoruz.

■ "ÇALIŞMALARIMIZ, GENİŞ BİR YELPAZEE YAYILIYOR"

Çalışmalarımız kadın girişimciliğinden teknoloji tabanlı girişimcilik kadar, özel ürünler ve hizmetlerle desteklenen geniş bir yelpazeye yayılıyor. 2006 yılında Kadın Girişimciler Programı'nı başlattık. 2015'ten beri Garanti BBVA Partners Hızlandırma Programımız aracılığıyla ekonomiyi yönlendiren ve katma değer yaratan girişimcileri destekliyoruz."

edinme olanağına da sahip oldu. Bu fırsatların girişimciler için uluslararası büyüme ve iş birlikleri açısından büyük bir avantaj sağlayacağı öngörülmüyor.

"Yenilikçiliği teşvik etmeye devam edeceğiz"

Etkinlikte bir konuşma gerçekleştiren Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Ceren Acer Kezik; İstanbul Venture Day'in önemi ve yaratacağı etkiye dikkat çekti. Garanti BBVA olarak ekosisteme sağladıkları tüm desteklerin yanı sıra, fintech'lerle ve birlikte ortaklık yapabilecekleri diğer girişimlerle iş birliklerini artırmaya önem verdiklerini altını çizen Ceren Acer Kezik; bu kapsamda IE University'nin düzenlediği Venture Day'in İstanbul ayağını gerçekleştirmekten büyük heyecan duyduklarını kaydetti.

Bu iş birliğinin Türkiye'deki start up ekosistemiyle yurt dışındaki yatırımcılar arasında uluslararası köprü kurmanın önemini de vurguladığına işaret eden Ceren Acer Kezik; "İtalya ve İspanya'dan gelen yatırımcılarla ülkemizdeki start up'ların kurduğu etkileşim, onların büyümelerine, ölçeklenmelerine ve Avrupa pazarlarına genişlemelerine fırsat tanıyacak" diye konuştu. Ceren Acer Kezik; Garanti BBVA olarak fintech dünyasının en parlak zihinlerini desteklemeye ve yenilikçiliği teşvik etmeye devam edeceklerini de sözlerine ekledi.

"Sürdürülebilir büyüme için platform oluşturuyor"

"Venture Day İstanbul" vizyonuyla iş birliği ve topluluk oluşturmaya güçlü bir vurgu

yapan IE University; girişimciler, yatırımcılar ve paydaşlardan oluşan canlı bir ekosistemi teşvik etmeyi hedefliyor. Kurum; Türkiye’de inovasyonu teşvik eden ve girişimcilik sektörünün kapsamlı büyümesine katkıda bulunan projeleri desteklemeye de oldukça önem veriyor.

IE University Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi Başkanı Juan Jose Guemes; etkinlikte yaptığı konuşmada, Garanti BBVA ve Fintech İstanbul iş birliğiyle düzenledikleri İstanbul Venture Day’in, fintech’ler ve onlarla entegre çalışan alanlardaki yeniliklerin etkisini sergileyerek Türkiye’nin girişimcilik ekosistemi güçlendirmeyi amaçladığı bilgisini verdi. Start up’ları, yatırımcıları ve iş dünyası liderlerini bir araya getiren etkinliğin iş birliği ve sürdürülebilir büyüme için bir platform oluşturduğuna değinen Juan Jose Guemes, şöyle devam etti: “IE University olarak girişimcilğe derinden bağlıyız ve mezunlarımızı girişimcilik yolculuklarında destekliyoruz. Bu bağlılık, 2024 PitchBook University Rankings’te mezunlarımızın başarılarıyla da kendini gösteriyor: MBA programımızdan mezun olan 256 girişimcimiz 5,7 milyar dolar risk sermayesi topladı, lisansüstü program mezunlarımızdan 335’i ise 9 milyar dolar fon sağladı. Bu başarılar, girişimcilik topluluğumuzun küresel etkisini ve liderliğini gözler önüne seriyor.”



CEREN ACER KEZİK - AHMET ŞÜKÜROĞLU - JUAN JOSE GUEMES

Istanbul Venture Day’in birincisi olan Zuzzuu, South Summit yarı finalinde yarışacak

Istanbul Venture Day kapsamında fintech sektöründe faaliyet gösteren start up’ların, yatırımcıların ve danışmanların deneyimlerini paylaştığı panellerin yanı sıra regtech, martech, adtech vb. fintech’lerle entegre çalışan sektörlerden beş start up’ın mücadele ettiği bir yarışma da gerçekleşti. İstanbul Venture Day’in birincisi olan ve CEO’luğunu Ahmet Şüküroğlu’nun yaptığı Zuzzuu adlı girişim, South Summit yarı finalinde yarışarak finalde de South Summit’e katılabilmek için mücadele edecek.

Fintech yatırımlarında durgunluk sürececek mi?

KPMG'nin küresel çapta fintech'lere yapılan yatırımları incelediği 'Pulse of Fintech' Raporu'na göre; 2024'ün ilk yarısında fintech'lere yapılan toplam küresel yatırım 51,9 milyar dolara geriledi. En büyük yatırımlar Amerika ve Avrupa'ya yapılırken, ödemeler sektörü 21,4 milyar dolarlık yatırımla ilk sırada yer aldı. 2024'ün kalanında da yüksek sermaye maliyeti ve jeopolitik belirsizlikler nedeniyle fintech yatırımlarında durgunluğun devam edeceği öngörülüyor.

KPMG, küresel çapta fintech'lere yatırımları mercek altına aldığı 'Pulse of Fintech' Raporu'nun 2024 yılının ilk yarısına ait sonuçları açıkladı. 'Pulse of Fintech' Raporu'na göre; 2024 yılının ilk yarısı, jeopolitik belirsizliklerle ve yüksek faiz oranlarıyla ilgili devam eden endişelerin etkisiyle küresel fintech pazarı için zorlu bir dönem olarak kayıtlara girdi.

Rapor sonuçları; bu yılın ilk yarısında toplam küresel fintech yatırımlarının 2023 yılının ikinci yarısına kıyasla 62,3 milyar dolardan 51,9 milyar dolara gerilediğini ortaya koyuyor. Bunun da 2020 yılının ilk yarısından bu yana görülen en düşük altı aylık fintech yatırım miktarı olduğuna dikkat çekiliyor.

Tüm bölgelerde gözle görülür düşüşler var

'Pulse of Fintech' Raporu'nun 2024 yılının ilk altı aylık dönemine ait sonuçları; fintech yatırımlarında tüm bölgelerde gözle görülür düşüşler yaşandığını da gösteriyor. Araştırma sonuçlarına göre; 2024 yılının ilk yarısında Amerika'da toplam fintech yatırımları 38,5 milyar dolardan 36 milyar dolara geriledi. Benzer şekilde toplam fintech yatırımlarının da Avrupa, Ortadoğu ve Afrika'da (EMEA) 19,1 milyar dolardan 11,4 milyar dolara, Asya Pasifik'te (ASPAC) ise 4,6 milyar dolardan 3,7 milyar dolara düşüş gösterdiği kaydediliyor.

Büyük yatırımlar ABD ve Avrupa'ya yapıldı

KPMG'nin raporu; küresel çapta, 2024 yılının ilk yarısında fintech alanında 1 milyar



2024 YILININ İLK YARISINDA GERÇEKLEŞEN EN BÜYÜK 10 KÜRESEL FINTECH YATIRIMI

Hedef şirket	Yatırım tutarı	Köken	Sektör
Worldpay	12,5 milyar dolar	ABD	Ödemeler
Nuvei	6,3 milyar dolar	Kanada	Ödemeler
IRIS Software Group	4 milyar dolar	Birleşik Krallık	Kurumsal/B2B
EngageSmart	4 milyar dolar	ABD	Ödemeler
Plusgrade	1 milyar dolar	Kanada	Ödemeler
Abound	999,6 milyon dolar	Birleşik Krallık	Tüketici finansmanı
Tegus	930 milyon dolar	ABD	Bilgi
Clear Street	685 milyon dolar	ABD	Kurumsal/B2B
Banco BPM Gruppo	652,6 milyon dolar	İtalya	Ödemeler
Monzo	621 milyon dolar	Birleşik Krallık	Bankacılık

doların üzerinde sadece beş adet anlaşma gerçekleştiğini de ortaya koyuyor. Verilen bilgilere göre; söz konusu beş anlaşmanın hepsi de satın alma işlemi oldu ve bu anlaşmaların dördü Amerika kıtasında gerçekleşti.

Bu anlaşmalar; ABD'deki 12,5 milyar dolarlık Worldpay ve 4 milyar dolarlık EngageSmart ile Kanada'daki 6,3 milyar dolarlık Nuvei ve 1 milyar dolarlık Plusgrade anlaşmaları oldu. Birleşik Krallık ise IRIS Software Grubu'nun 4 milyar dolarlık satın alımı ile beşinci ülke olarak kayıtlara girdi. Yatırım tutarları 1 milyar doların altında yer alan beş yatırım anlaşmasının ise ikisinin ABD'de, ikisinin Birleşik Krallık'ta, birinin de İtalya'da gerçekleştiği notunu da düşelim. Ayrıca haberimizin tablosunda 2024 yılının ilk yarısında gerçekleşen en büyük 10 küresel fintech yatırımıyla ilgili tüm detayları görebilirsiniz.

Ödemeler sektörü ilk sırada yer aldı

Peki, bu dönemde gerçekleşen en büyük 10 küresel fintech yatırımında sektörel olarak nasıl bir dağılım söz konusu? KPMG'nin 'Pulse of Fintech' Raporu; sektörel açıdan ödemeler sektörünün 2024 yılının ilk yarısında 21,4 milyar dolar ile küresel çapta fintech finansmanından en büyük payı almaya devam ettiğini gösteriyor. Nitekim ilk 10 küresel fintech yatırımdan beşinin, anlaşma miktarı 1 milyar doların üzerinde olan ve ilk beşte yer alan yatırımlardan da dördünün 'ödemeler' sektörüne ait olduğu göze çarpıyor.

Regtech, yatırım artışında en önde

Bununla birlikte dikkat çeken bir diğer sektörün de dilimize Regülasyon Teknolojileri (Düzenleme Teknolojileri) olarak geçen Regulatory Technologies (RegTech) olduğu üzerinde duruluyor. KPMG'nin hazırladığı raporun sunduğu verilere göre; regtech, 2024 yılının ilk yarısında yatırım artışı gören tek büyük fintech alt sektörü oldu ve bu sektöre şu ana kadar yapılan 5,3 milyar dolarlık yatırım şimdiden 2023 yılının toplam miktarını aşmış durumda.

Yapay zekâ, fintech yatırımcıları için hala önemli bir öncelik

Peki ya yapay zekâ? 'Pulse of Fintech' Raporu; son yılların yüksek

SİNEM CANTÜRK / KPMG TÜRKİYE FİNTECH VE DİJİTAL FİNANS LİDERİ

"Fintech yatırımcıları temkinli"



■ **"FİNTECH YATIRIMCILARI TEMKİNLİ HAREKET EDİYOR"** 2024 yılının ilk yarısına baktığımızda, fintech yatırımcılarının temkinli bir şekilde hareket ettiğini söyleyebiliriz. Olgun ve istikrarlı piyasalar en büyük fintech anlaşmalarını çekerken yatırımcılar, çok az istisna dışında büyük anlaşmalardan uzak durmaya devam etti. Hem işletme verimliliğini artıran hem de maliyetleri düşüren yapay zekâ yine ilgileri üzerine toplarken, regtech'e olan ilgi de özellikle EMEA bölgesinde sürdü.

■ **"DURGUNLUĞUN DEVAM EDECEĞİNİ ÖNGÖRÜYORUZ"** Bu yılın ikinci yarısında

yüksek sermaye maliyeti ve jeopolitik belirsizliğin devam etmesi nedenleriyle fintech yatırımlarında durgunluğun devam edeceğini tahmin ediyoruz.

KARİM HAJI / KPMG ULUSLARARASI KÜRESEL FİNANSAL HİZMETLER BAŞKANI

"Yatırımcılar, halihazırda sahip oldukları şirketleri geliştirmeye odaklanıyor"



"Çatışma ve seçimlerden kaynaklanan yüksek sermaye maliyeti ve jeopolitik belirsizlik, bu yıl şu ana kadar küresel fintech yatırımlarına ciddi bir engel oluşturdu. Yatırımcılar, yalnızca büyük işlemler söz konusu olduğunda değil; özellikle birleşme ve satın alma (M&A) cephesinde de değerlemelerle ve potansiyel hedeflerin kârlılığıyla ilgili endişeler göz önüne alındığında temkinli davranıyor. Yatırımcılar, yeni şirket satın almaları yerine halihazırda sahip oldukları şirketleri geliştirmeye odaklanıyor."

len teknolojisi olan yapay zekânın özellikle ABD'deki fintech yatırımcıları için çok sıcak bir ilgi alanı olmaya devam ettiğini gösteriyor. Nitekim sonuçlar; 2024 yılının ilk yarısında ABD'de yapay zekâ odaklı dört büyük

fintech anlaşmasının gerçekleştiğini gözler önüne seriyor.

Aktarılan bilgilere göre; söz konusu dönemde siber sigorta şirketi Corvus, Travelers tarafından 427 milyon dolara, ödeme

odaklı platform Spiff ise Salesforce tarafından 419 milyon dolara satın alındı. Kurumsal yönetim şirketi Ramp ve yatırım yönetimi platformu FundGuard ise sırasıyla 150 milyon dolar ve 100 milyon dolarlık yatırımlar aldı. Çin merkezli yapay zekâ destekli sürdürülebilirlik veri şirketi MioTech de aynı dönemde 150 milyon dolar fon topladı.



Alanya'dan dünyaya mango satmayı hedefliyor

Girişimci Mustafa Ezici Antalya'da, başta Avrupa olmak üzere Rusya ve Arap Yarımadası'nda yüksek bir pazara sahip olan mangonun üretimini gerçekleştiriyor. 2015 yılında Mısır'dan ithal ettiği 37 mango fidanı ile yola çıkan Ezici, "Başta mango olmak üzere 42 çeşit tropikal meyvenin üretimini ve e-ticaretten yoğun satış yapıyorum" diyor.

Girişimci Mustafa Ezici aslen Gaziantep Nizipli. Zeytinyağı üreticisi bir ailede büyüyen Ezici, zaman içinde tavukçuluk hammaddesi ticaretine ve Atık bitkisel yağdan biodizel işlerine soyunuyor. Ancak 2015 yılında çok farklı bir alanda girişimcilik yolculuğuna çıkıyor. Yeni işini kurmasında ise çıktığı seyahatlerin etkisi oluyor. Hikayesini, "Seyahat etmeyi çok severim. Hayatım boyunca 50'yi aşkın ülke gezdim. Sadece Güney Afrika'ya 20 kez gidiyorum. Bu ziyaretleri sırasında da tropikal meyvelere olan ilgim arttı. Bu ürünleri Türkiye'de üretmeye karar verdim. Şirketimi kurup, Antalya Manavgat ve Alanya'da 20 yıllığına kiraladığı seralarda Mısır'dan ithal ettiğim bahçe tesisi amaçlı mango fidanı ile üretime başladım" diye anlatan Sera Tropikal Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Ezici, ilk olarak Mısır'dan 37 mango fidanı getirerek sektöre giriş yapıyor. Antalya'nın Manavgat ve Alanya ilçelerinde mango yetiştiriciliğine başlayan ve işin AR-GE çalışmalarına da bu süreçte start veren Ezici, daha sonra 54 bin mango fidesi ithal ederek üretimini artırıyor. Bugün gelinen noktada ise 50 dönüm arazide 16 bin 700 ağaçla mango üretimi gerçekleştiriyor. Instagram'daki @alanya_mangosu adresinden satış yaptığını söyleyen Ezici, "Günde 100-120 kargo çıkartıyorum. Başta İstanbul, İzmir, Ankara olmak üzere Türkiye'nin her yerine ürün gönderimi yapıyoruz. En geç 48 saatte teslimatımız söz konusu" diyor.



1 milyon dolarlık yatırım

Başka mango olmak üzere ejder meyesi, papaya, avokado ve çekirdeksiz nara kadar 42 çeşit tropikal meyvenin satışını yapan Ezici, bu alana bugüne kadar 1 milyon dolarlık yatırım yapmış durumda. Tür-

kiye'de özellikle mango yetiştirilmesi-nin kendi girişimiyle başladığına vurgu yapan Ezici, şunları anlatıyor: "Kendi mahsullerimiz dışındaki tropikal meyveleri üreticilerden alıp direk satışını yapıyoruz. Ülkemizde bu alanın gelişmesine öncülük ettim. Muzun öne çıktığı bölgemizde artık tropikal meyveler de yetiştirilir durumda. Şu anda 150'e yakın çiftçi mango üretiyor. Bu konuda danışmanlık ve fide tedariki de yapıyorum. Mango yetiştiriciliği hakkında yanlış bilgiler var. Özellikle bu ürünün muz kadar çok su tüketmediğini söylemek isterim. Mango ağacı yazın dört-beş, kışın 15 günde bir sulanıyor."

En büyük alıcı Avrupa ülkeleri

Hindistan, Pakistan, Brezilya, Japonya gibi pek çok ülkede mango üretiliyor. Mangonun dünyadaki üretim miktarı ise 46 milyon ton. 650 bin tonluk ithalat rakamıyla Avrupa mango tüketimi başı çekiyo-r. Rusya ve Arap ülkelerinde de yoğun olarak tüketilen bu meyvenin ABD'de yapılan son anketlerde 'tüm zamanların en iyi meyvesi' seçildiğinin altını çizen Ezici, "Türk

"Dönümde minimum 300 bin TL kazandırıyor"

"Mango için önemli bir yatırım aracı demek yanlış olmaz. Bu iş ömürlük bir iş diyebilirim. 20 yıl kiralamarla kendime seralar kuruyorum. Yatırımın geri dönüşü 3 yıl gibi kısa bir süre. Bir dönüme 167 tane mango dikerseniz, meyveleriniz 3'üncü yaşına geldiğinde hasata başlarsınız. Dönümde minimum 300 Bin TL kazanırsınız."



halkının da bu meyveyi sevdiğini görüyoruz. Bizim damak tadımıza uygun bir meyve. Parakende kilosu 250 TL'den sattığımız bu ürüne olan ilgiden memnunuz" diye ekliyor.

İhracat potansiyeli 1 milyar dolar

Ezici'nin verdiği bilgilere göre Türkiye'de seralarda Hatay'dan İzmir'e kadar mango üretimi yapılabilir. Mangodan 3'üncü yaşındayken 5 kg, 4- 5 yaşındayken 40 kg ve 8 - 10 yaşındayken 50 kg ürün almanın mümkün olduğunu da söyleyen Ezici, şöyle devam ediyor: "Türkiye'de mango hasadı ağustos- aralık ayında yapılıyor. Türkiye'de toplamda 2026 yılında bin ton mango üretimi bekleniyor. Mango, muzun 10 katı, avokadonun ise 5 katı katma değer sağlıyor. Bu sektör desteklenir ve geliştirilirse Akdeniz tarımının kaderini değiştirebilir. Mango ve tropik meyveler üretmek yılda 1 milyar dolarlık ihracat yapabiliriz."



"Japonya'ya bile satabiliriz"

"Japonlar 'Miyazaki' diye bir mango üretiyorlar. İrvin cinsi Tanesini 70 ile 200 dolar arasında satıyorlar. Japonlar, ocak ayından haziran ayına kadar mango üretiyor. O dönemden sonra mango yok. Biz burada butik mango üretilip dalında olan mangoyu Japonya'ya bile göndeririz."

"Dünyada ilk 10'a girebiliriz"

Bir dönüm seraya 200 - 250 tane mango ağacı dikiliyor. Bu ağaçlar 3 yaşındayken, bir dönümde yılda en az 4 ton mango veriyor. Türkiye'de mango üretiminin artması halinde birçok ülkenin Türkiye'de üretilen meyvenin lezzet ve fiyatıyla rekabet edemeyeceğini vurgulayan Ezici, şunları anlatıyor: "Avrupa, mango ithalatının 132 bin tonunu Brezilya'dan, 55 bin tonu Güneydoğu Asya'dan 19 - 35 günde karşılıyor. Türkiye'de üretilen mangolar, karayoluyla 3 - 4 günde Avrupa'ya, 3 saat uçuş mesafesinde 80 ülkeye ulaşabilir. Mangonun ihracattaki kilogram birim değeri daha yüksek. Mangoyu Avrupa ve Rusya'ya ağustos - aralık döneminde ihraç edebiliriz. 20 yıl içinde de dünyada mango üretiminde ilk 10 üretici ülke sıralamasına girebiliriz. Mango ağacının ataları zaten Doğu Akdeniz'den türemiş. Mango ağacı antep fıstığı familyasından. Bu ağaç tam 300 yıl yaşıyor."

Kimyasaldan uzak duruyor

Türkiye'de tarım sektörünün en büyük sorununun kimyasal kalıntı (pestisit) olduğu na da dikkat çeken Ezici, üretim süreçlerinde asla kimyasal kullanmadıklarının altını çiziyor. İnsan sağlığını tehlikeye sokan pestisit konusunda son derece hassas olduklarına değinen Ezici, şöyle devam ediyor: "Tarımsal üretimde mutlaka zararlı haşereler oluyor. Ancak biz bu sorunları doğal içeriklerle çözmeye çalışıyoruz. Burma, Hindistan ve Sri Lanka'daki tropikal ormanlara özgü neem ağacının tohumlarından elde edilen doğal neem yağını haşerelerle mücadelede kullanıyoruz. Şimdilerde ise yine doğal içerikli bir ürün olan odun sirkesini araştırıyoruz."

Amare Türkiye, yüzde 50 büyüme hedefliyor

Fiziksel ve zihinsel bütünlük alanında gıda takviyeleri geliştiren Amare Global, Türkiye'deki yolculuğunu sürdürüyor. Amare Türkiye'nin 2024'ün ilk yarısında müşteri sayısını yüzde 52, marka ortağı sayısını yüzde 15 artırdığını kaydeden Amare Global Yönetim Kurulu Başkanı David Chung; "2023'te gelirlerde dolar bazlı yüzde 46 artışla global ciro büyümesinde ilk sıraya yerleşen Amare Türkiye'de 2024'te dolar bazlı yüzde 50 büyüme hedefliyoruz" diyor.

Fiziksel ve zihinsel bütünlük alanında gıda takviyeleri geliştiren Amare Global, operasyonlarıyla 48'den fazla ülkede aktif şekilde yer alıyor. Şirket, e-ticaretin marka elçiliğiyle harmanladığı ve 'yeni nesil ticaret' adını verdiği iş modeliyle de hem globalde hem de Türkiye'de büyümesini sürdürüyor. Öyle ki şirket, 2024 yılının ilk yarısında Türkiye'deki müşteri sayısını yüzde 52, marka ortağı sayısını yüzde 15 oranlarında artırdı. 2023 yılında dolar bazında yüzde 46 oranında büyüyerek globaldeki ciro büyümesinde birinci sıraya yerleşen Amare Türkiye, 2024 yılında ise dolar bazında yüzde 50'lik bir büyüme planlıyor. Global olarak ise beş yılda üç haneli büyüme rakamları hedefleniyor.

'Amare Yeniden Doğuş' stratejisi

Amare Global Yönetim Kurulu Başkanı David Chung; 'Amare Yeniden Doğuş' stratejisiyle yeni yapılacak yatırımlar, dijitalleşme alanındaki çalışmalar ve operasyonel iyileştirmelerle her geçen gün büyüdüklerini kaydediyor. Chung; doğrudan satış sektörünün 2024 yılı rakamlarına bakıldığında, Amare Global'in binden fazla doğrudan satış firması arasında son dört yıllık büyümede süreklilik gösteren şirketler arasında 22'nci sırada yer aldığını söylüyor. Önümüzdeki beş yıl boyunca, her yıl katlanarak büyüyeceklerini ve üç haneli büyüme rakamlarına ulaşacaklarını öngören David Chung; şöyle devam ediyor: "Yeni Nesil Ticaret" adını verdiğimiz iş modelimiz ile profesyonel marka



ortaklarımız aracılığıyla binlerce hayatı ekonomik özgürlük, iyi yaşam, fiziksel ve zihinsel bütünlük alanlarında destekliyoruz. Özellikle son dönemde dünya çapında çok önemli hale gelen zihinsel bütünlük sektöründeki uzmanlığımız ile kendimizi 'fiziksel ve zihinsel bütünlük gıda takviyesi şirketi' olarak konumluyoruz."

"Türkiye, ABD'den sonra en önemli pazar"

Türkiye, Amare'nin faaliyet gösterdiği 48 ülke arasında ABD'den sonra en önemli pazar konumunda bulunuyor. Amare Türki-

ye Genel Müdürü Ersin Arısoy; Türkiye'nin bugün ciro büyümesinde 48 ülke arasında birinci, ciro büyüklüğü bakımından da son üç yıllık toplamda ABD'den sonra ikinci ülke konumunda olduğuna dikkat çekiyor. Ersin Arısoy; 2023 yılında hızlı büyüme ivmesi yakalayan Amare Türkiye'nin dolar bazında yüzde 46 oranında büyüdüğü, 2024 yılının ilk yarısında ise müşteri sayısını yüzde 52 oranında artırdığı bilgisini de veriyor.

"Bu dönemde Amare Türkiye, aralarında pek çok sağlık profesyoneli, iş insanı ve girişimcinin de bulunduğu marka ortağı sa-



yısını ise yüzde 15 büyüttü” diyen Ersin Arısoy; bu rakamlara bakıldığında Türkiye’nin yakaladığı başarı ivmesinin Amare Global açısından oldukça önemli ve dikkat çekici olduğuna da işaret ediyor.

Dijitalleşme ve iletişim odaklı yatırımlar gündemde

Amare için Türkiye operasyonu verimliliğiyle de öne çıkıyor. Türkiye’nin Amare’nin faaliyet gösterdiği ülkeler arasında pek çok IT uygulaması ve 360 derece pazarlama faaliyetleriyle fark yarattığını ve bunun da operasyonel verimliliği artırdığını aktaran David Chung, Türkiye’nin Amare’nin en verimli ülkelerinden biri haline geldiğini vurguluyor. Müşteri portföyünü ve marka bilinirliğini artırmak adına Türkiye’de pek çok pazarlama çalışmasına önümüzdeki dönemde de devam edeceklerini aktaran Chung; özellikle dijitalleşme ve iletişim alanında Türkiye’de yeni yatırımların da gündemde olduğu bilgisini paylaşıyor. David Chung; “Amacımız, marka ortaklarımızın desteğiyle Türk halkında sağlıklı beslenme, düzenli spor ve gıda takviyesi kullanımını artırarak onlara daha iyi bir yaşam sunmak” diye konuşuyor.

“Vizyonumuz, zihinsel bütünlük hareketne liderlik etmek”

Amare; global portföyünde yer alan ve yakında Türkiye’de de tüketiciler ile bu-

luşturacağı ürünleriyle büyümeye devam etmeyi hedefliyor. David Chung; içerisinde vitamin, mineral, omega 3, kolajen ve protein takviyeleri bulunan ve fiziksel bütünlüğü destekleyen ürünler sunduklarını vurgularken zihinsel bütünlük ürünlerinin ve özel yaşam serisinin de önemli olduğunu kaydediyor.

David Chung, Amare olarak ‘zihinsel bütünlük hareketine liderlik etme’ vizyonu ile hareket ettiklerinin de altını çiziyor. Chung; “Binlerce hayata dokunmak ve onlara daha iyi bir yaşam sunmak adına, her geçen gün daha büyük bir özveriyle çalışmalarına devam etmeyi, daha fazla hayata dokunmayı hedefliyoruz” diyor.

SELAHATTİN DÖNMEZ/UZMAN DİYETİSYEN VE SAĞLIKLI BESLENME UZMANI

“Doğal beslenme, iyi bir yaşam için temel bir gereklilik”

“İyi yaşamın temelinde beslenme yatıyor. Doğal beslenme, iyi bir yaşam için temel bir gereklilik. Ancak modern yaşamın beraberinde sunduğu işlenmiş gıdalar, trans yağlar ve hazır paket besinler, doğal beslenmeyi zorlaştırıyor. Bu durum ise protein, vitamin ve mineral eksiklikleriyle antioksidan yetersizliğine neden olarak sağlık sorunlarına yol açabiliyor. Bu nedenle süper gıdalar ve doğal içerikli gıda takviyeleri; antioksidan, vitamin ve mineral desteği sağlamak açısından büyük önem taşıyor. Gıda Takviyesi ve Beslenme Derneği’nin Temmuz 2024 araştırması da son üç ayda gıda takviyesi kullanımında en çok vitaminlerin tercih edildiğini ortaya koyuyor.”

BESTE ALİMERT ALTUNÖRS/DİYET VE BESLENME UZMANI

“Bağırsak sağlığı, her alanda kritik bir öneme sahip”

“Beslenme ihtiyacı daha doğmadan, anne karnında başlıyor ve yaşam boyu devam ediyor ancak günümüzde sağlıklı beslenme, gıdaların besin değerinin azalması nedeniyle zorlaşmış durumda. Gıdalardan yeterince alamadığımız vitamin, mineral, antioksidan, yağ asidi ve protein gibi besin öğelerini dışarıdan almamıza yardımcı olan gıda takviyeleri, iyi yaşamı destekleyen ürünler olarak tanımlanabilir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, bağırsak sağlığının genel sağlık üzerindeki etkisini ortaya koymuş durumda. Bağırsak sağlığı, sindirimden bağışıklığa ve hatta beyin sağlığına kadar her alanda kritik bir öneme sahip. Bu nedenle, probiyotik ve prebiyotik gibi gıda takviyelerinin de kullanımı artırıyor.”

“Dijital pazarlamada yapay zeka dönemindeyiz”

Gelecek dönemde yapay zekanın dijital pazarlamanın merkezinde yer alacağını söyleyen Dijital Pazarlama Okulu Kurucusu Yasin Kaplan, “Reklam pastasında yüzde 70’lik bir pay alan dijital pazarlama ekosistemi büyümeye devam ediyor. Bu ekosistemin gelişimi, insan gücünün yanı sıra makine öğreniminin katkısıyla hız kazanıyor” diyor.

Yapay zeka son birkaç yıldır iş dünyasında dijital dönüşümü tetikleyen en önemli araçlardan biri haline geldi. Şirketler rekabette fark yaratmak için yapay zekayı hızla iş süreçlerine eklemenin peşinde. Deloitte tarafından hazırlanan “Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları Raporu”na göre medya yatırımları içinde 66 milyar 345 milyon TL’yle en büyük payı alan dijital medya da yapay zekanın gelişiminden en çok etkilenen sektörlerden biri. MooF Dijital Reklam Ajansı ve Dijital Pazarlama Okulu’nu kurarak, birçok kuruma dijital pazarlama ve girişimcilik alanlarında eğitimler veren Yasin Kaplan da bu değişimi yakından takip eden bir girişimci. Dijital dünyanın hızla değişen dinamikleri doğrultusunda kurumların dijital stratejiler geliştirmesine katkı sağlayan Yasin Kaplan, yapay zekanın son dönemde pazarlama dünyasındaki etkisinden yola çıkarak kısa bir süre önce Yapay Zeka & Dijital Pazarlama Aşkısı isimli bir kitap yazdı. Dijital pazarlamanın gelişiminin, yapay zekanın sunduğu olanaklarla doğru orantılı bir şekilde ivme kazanmaya devam ettiğini söyleyen Dijital Pazarlama Okulu Kurucusu Yasin Kaplan, dijital pazarlama sektörünün geleceğini ve yapay zekanın sektördeki etkisini anlattı.

Yapay zeka pazarlamada nasıl bir değişime neden oldu?

Dijital pazarlama stratejilerinin gelişmesiyle birlikte, reklam pastasında yüzde 70’lik bir pay alan dijital pazarlama ekosistemi büyümeye devam ediyor. Bu ekosiste-

“Sektör çift haneli büyüyor”

“Dijital pazarlama sektörü, özellikle son 10 yıllık veri ve raporları incelediğimizde, her yıl çift haneli büyüme kaydediyor ve tüm dünyada markaların pazarlama stratejilerinin merkezine yerleşmiş durumda. Bu büyüme, dijital teknolojilere yapılan yatırımların artmasına ve bu teknolojilerin daha da gelişmesine zemin hazırlıyor. Gelecek dönemde yapay zekanın dijital pazarlamanın merkezinde yer alacağını gözlemlememiz muhtemel. Şu anda süreçler hala insan stratejilerinin merkezinde ilerlese de, yapay zeka bir rehber olarak bu alanda bize önemli katkılar sunuyor.”

min gelişimi, insan gücünün yanı sıra makine öğreniminin katkısıyla hız kazanıyor. Yapay zeka dediğimiz bu kavram, kullanıcıyı tanımaya çalışarak, onun satın alma davranışlarını öngörmeye odaklanıyor. Potansiyel müşteri olup olmadığını analiz eden yapay zekâ, doğru müşteriye hedefleyerek etkili sonuçlar elde etmeye çalışıyor. Makine öğrenimi aynı zamanda AB testi gibi süreçleri otomatik hale getirerek insan gücü gerektiren işlemleri daha hızlı ve sonuç odaklı bir şekilde yürütüyor. İçeriklerin zenginleşmesine katkı sağlayarak, görsel, sesli ve video çalışmalarıyla doğru kullanıcıya doğru zamanda mesaj ileterek sonuç oranlarının artmasına katkıda bulunuyor.

Yapay zekayı şirkete adapte etmek isteyen şirketler nereden başlamalı, nasıl bir adım atmalı?

Yapay zekayı şirketlerine entegre etmek isteyen firmalar, öncelikle hangi birimlerin zaman tasarrufu sağlayarak otomasyona geçebileceğini, hız kazanabileceğini ve iş süreçlerini daha verimli yönetebileceğini

belirlemelidir. Bu birimleri tespit ederek ilk adımı atabilirler. Ardından, hangi araçların bu işleri en iyi şekilde çözebileceğini araştırmalı, AR-GE sürecine zaman ayırmalıdır. Sonraki adım ise bu araçları hangi personelin, nasıl yükleyeceği, anlamlandıracağı ve kullanacağı konusunda eğitim süreçlerini planlamaktır. Bu üç adımı tamamladıktan sonra yapay zekayı entegrasyon sürecine başlatmış olurlar diyebiliriz.

Yapay zeka ile e-ticarette başarılı olmanın formülleri nelerdir?

E-ticaret siteleri, kullanıcı davranışlarına göre birçok farklı segmente ayrılabilen modellere sahiptir. Yani bir kullanıcı bir e-ticaret sitesine geldiğinde çok sayıda aksiyon alabilir. Bu aksiyonlar; ürün sayfasında ürünleri detaylı inceleme, favorilere ekleme, sepete ekleme veya ödeme sayfasına geçiş gibi adımlardan oluşur. Ödeme sayfasına geçiş yapıldığında yeni bir pazarlama mesajı göstererek kullanıcının sepet tutarını arttırma gibi imkânlar da sunulabilir. Kullanıcıyla etkileşim kurabileceğimiz aksiyon

YASİN KAPLAN



sayısı oldukça fazladır. Dolayısıyla, makine öğrenimi bu anlamda veri bazlı çalıştığı için, her bir veri öğrenme sürecine pozitif katkıda bulunur. Bu sistem kullanıcıların neyle ilgilendiğini ve satın almaya yakın olup olmadığını davranışlarından anlamaya çalışır. Her bir sinyal ve adım farklı değer taşıdığından, yapay zekânın öğrenmesi kolaylaşır ve verileri segmentlere ayırabilir. Böylece, satın almaya daha yakın kullanıcıya farklı bir mesaj, siteye yeni giriş yapmış ancak

satın alma niyeti düşük olan kullanıcıya ise başka bir mesaj gösterilebilir. Bu yöntemle, satın alma davranışını iyileştirmeyi ve artırmayı hedefler. E-ticaret sitelerinde bu reklamcılık işlemleri çok daha etkili çalışabilir. Ayrıca, site içi aksiyonlarda da yapay zekâ kullanılmaktadır. Örneğin, bir kullanıcı ayakkabı almak istediğinde ve sepete gittiğinde, ayakkabının yanına aksesuar olarak kemer veya uygun bir kombin önerisi olarak pantolon gösterilebilir. Bu şekilde, reklam

alanları dışında, site içindeki aksiyonlara ve adımlara göre kullanıcı bazlı segmentasyon yapılarak kullanıcıları elde tutmak ve dönüşümleri arttırmak amaçlanır.

Yapay zekâ eğitmenliği nedir, yeni bir meslek doğduğunu söyleyebilir miyiz?

Yapay zeka eğitmenliği kavramını ortaya çıkarma nedenim, bu teknolojinin etkin çalışabilmesi için doğru verilerin kullanılması gerektiğidir. Yapay zekayı ne kadar doğru ve kaliteli veri ile beslersek, elde edeceğimiz sonuçlar da o kadar başarılı olur. Özellikle reklam hedeflemelerinde kullanılan verilerin doğru sinyallerle, kullanıcı davranışlarını doğru şekilde yansıtmaları, yani yapay zekanın doğru eğitilmesi son derece önemlidir. Arka planda, sinyallerle bu veriyi doğru şekilde besleyerek yapay zekayı en iyi şekilde eğitmeliyiz. Dijital pazarlama dünyasında, yapay zekaya doğru veriyi sağladığımızda ve onu doğru bir şekilde eğittiğimizde, en yüksek performans ve en iyi sonuçlarla karşılaşırız. Geleceğin mesleklerinden biri olarak öne çıkan yapay zekâ eğitmenliği, şu anda üzerinde durmamız gereken ve doğru yönlendirmelerle popülerlik kazanacak mesleklerden biridir. Bunun yanı sıra, yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolojilerinin temelini oluşturan büyük veri ile çalışan ve bu verileri anlamlandıran data bazlı meslekler de popüler hale gelecektir. Örneğin, data mühendisliği, gelecekte yüksek talep görecektir. Data mühendisleri, büyük veri setlerini toplayan, düzenleyen ve analiz eden yapılar kurarak yapay zekâ uygulamalarının beslenmesini ve geliştirilmesini sağlayacaklar. Bu alanlar, yapay zekâ ve makine öğrenimi çözümlerinin daha doğru, hızlı ve etkili bir şekilde uygulanmasına katkıda bulunacak ve bu mesleklerde uzmanlaşan kişilere olan ihtiyaç giderek artacaktır.

Yapay zekâ eğitmenlerinin ortalama geliri ne olacaktır?

Dijital pazarlama uzmanlarının ve yapay zekâ alanında çalışan profesyonellerin, özellikle yurt dışı merkezli projelerde yer almaları durumunda, 6 haneli gelirleri görebileceğini öngörüyoruz. Bu kişilerin dil engeli yaşamadan İngilizceyi etkili bir şekilde kullanabilmeleri, döviz kuru bazlı maaşlarla kazançlarını artırmalarına olanak tanıyor.

Yirminci yılında büyümesine hız katacak

Türkiye’de artizan çikolata üretiminin önemli temsilcilerinden Butterfly Chocolate, hem iç pazarda hem de yurtdışında büyüme planları yapıyor. Butterfly Chocolate Kurucusu Ebru İpekçi, “Türkiye’de önümüzdeki üç yılda yedi şubeye çıkmayı hedefliyoruz. Yurtdışında Avrupa, Arap ülkeleri ve Uzakdoğu’da büyüme planımız var” diyor.

20 yıl önce Türkiye’de butik pastacılıkla başlayan Butterfly’in serüveni, iki girişimci kadının dostluğuyla başladı. Yeni keşiflere meraklı bakış açılarıyla Türkiye’de ilkleri başarmaya, dünyadaki trendleri buraya getirmeye karar veren Ebru İpekçi ve Leyla Akçağlılar, 2003 yılında Butterfly’in temellerini attı. Yıllar içinde butik pastacılıktan, yemek kitaplarına oradan da el yapımı ve bean to bar çikolatalara uzanan yolculukta Butterfly Chocolate’in bugün dört şubesiyle hizmet veren marka haline geldi. 20 yılı deviren hikayesiyle Butterfly Chocolate, bugün sürekli yenilenme ve keşfetme felsefesini devam ettiriyor. Şimdilerde yeni üretim merkezini kuran ve tüm çikolata koleksiyonlarını ‘bean to bar’ yöntemiyle üreten Butterfly Chocolate, 2024 yılına yeni hedeflerle girdi.

Önümüzdeki üç yılda yedi şubeye çıkmayı hedefleyen Butterfly Chocolate, yurtdışında büyüme planları yapıyor. Avrupa, Arap ülkeleri ve Uzakdoğu’da büyümeyi hedefleyen şirket, ilk aşamada lüks otellere girmeyi planlıyor. Yurtdışında Türkiye’den çıkan bir çikolata markası olarak büyümeyi hedeflediklerini belirten Butterfly Chocolate Kurucusu Ebru İpekçi, önümüzdeki beş yılda üretimin yüzde 25’inin yurtdışından geleceğini söylüyor.

Üç yıl önce tüm çikolata koleksiyonlarını ‘bean to bar’ yöntemiyle üretmeye başladıklarını söyleyen İpekçi, “Son dönemde dünyada çok popüler olan Türkiye’de ise yeni yeni başlayan bu yöntemde çikolatayı hazır kakao kütlesi yerine doğrudan kakao çekirdeklerinden yapıyorsunuz. Böylece çikolatanın kakao çekirdeğinden tüketiciye ulaşana kadar herhangi bir yabancı içerik olmadan, kendi tat notalarını koruyarak üretil-



EBRU İPEKÇİ

mesini sağlıyoruz. Elbette iyi çikolatanın sırrı şarapta ve kahvede olduğu gibi çekirdeklerde. Butterfly'ın bu 20 yılın her noktasında olduğu gibi çekirdek seçiminde de öne çıkaran şey burada saklı" diye konuşuyor.

Kurumsal iş birlikleri artıyor

Çikolata çekirdeklerini uzun araştırmalarla seçen İpekçi ve ekibi dünyanın dört bir yanına geziler yapıyor ve fuarlara katılıyor. Artizan çikolatalar için, yapılan araştırmaların sonunda, Madagaskar'dan Sambirano vadisinde bulunan Bejofo Estate, Tanzania'daki Kokoa Kamili çiftlikleri ile Gana'daki Abocfa Kooperatifi'ni seçildi. Bu çiftlikler fermentasyon ve güneşte kurutma tekniklerinin kalitesi sayesinde craft çikolata dünyasında en çok aranan 'single origin' kakao çekirdeklerini üretiyor. Bunun yanında kakaonun etik bir biçimde ve çevresel koşulların sürdürülebilirliği göz önünde bulundurularak yetiştiriliyor.

Üretim süreçleri bu çiftliklerden fermente edilmiş ve güneşte kurutulmuş olarak alınan organik kakao çekirdeklerinin elle ayıklanıp seçilmesiyle başlıyor. Sonrasında çekirdekler orta kavruluyor ve kabuğundan ayırma prosesinden geçiyor. Nib adı verilen kakao taneleri konçlanıp, temperleniyor ve istenen kakao yüzdeleriyle kalıplanmak üzere hazırlanıyor ve elde sarılıyor. Tüm bu süreç, herhangi bir katkı maddesi kullanılmadan gerçekleştiriliyor. Bu noktada, kakaonun, teruar özelliklerini, çekirdeğin doğal aromalarını, tat notalarını ortaya çıkarıyor, çikolataya son hali veriliyor.

Butterfly Chocolate'ın büyüme stratejilerinden birini de kurumsal iş birlikleri oluşturuyor. Şirket kısa bir süre önce Beymen'le iş birliği yaptı. Bu kapsamda Beymen Chocolate için dört özel koleksiyon hazırlandı. Butterfly Chocolate Kurucusu Ebru İpekçi, "Yeni Beymen Chocolate için haute couture bir moda evi gibi çalıştık. Yüzde 100 doğal ve etik üretim felsefemiz ile özenle seçtiğimiz organik kakao çekirdeklerinden Celebration, İstanbul, Noir, Joy Of Fruits adlarını taşıyan dört koleksiyon hazırladık" diyor. Michelin yıldızlı şef Fatih Tutak'ın mekanı için de özel üretim yaptıklarını belirten İpekçi, yeni markalarla iş birliklerinin önümüzdeki dönemde devam edeceğini söylüyor.



Yeni dondurma markası için çalışmalar sürüyor

İpekçi, Butterfly Chocolate'ı büyütürken yeni girişimler için de çalışmalar yürütüyor. Yeni bir dondurma markası yaratmak için çalışmalara başladıklarını söyleyen girişimci, markayı nisan sonu gibi lanse etmeyi planlıyor. Türkiye'de olmayan bir konsept geliştireceklerini söyleyen İpekçi, "Dondurma işi için 2 milyon TL'lik yatırım planlıyoruz. 2025 sonuna kadar 10 satış noktasına ulaşacağız. Bu markamız için franchise verme planımız var" diyor.



Sürdürülebilir üretime odaklanıyor

Artizan çikolata dünyasını Türkiye'de yaşatırken, günümüzün en sıcak konularından sürdürülebilirlik, etik tarım ve adil ticaret de Butterfly için her zaman göz önünde bulundurulmuş konulardan. Butterfly tedarikçisi olan çiftlikler, etik bir biçimde, çevresel değerlere dikkat ederek ve sürdürülebilirlik ilkelerini içselleştirerek üretim yapıyor. Madagaskar'daki Bejofo Estate, Tanzania'daki Kokoa Kamili çiftlikleri ile Gana'daki Abocfa Kooperatifi'nde organik çekirdekler Fair

Trade (Adil Ticaret) kurallarına uygun bir biçimde üretiliyor. Ayrıca Kokoa Kamili, Kilombero Vadisi'ndeki 3 bin küçük çiftçiden ıslak kakao çekirdeklerini yüksek fiyatlarla alarak onlara destek olmayı sürdürüyor. Aynı şekilde Bejofo Estate de üretimin adil şartlarda gerçekleşmesine destek oluyor. Ayrıca çiftlikte çalışanlara kendi kendilerine yetebilmeleri ve aileleri için kendi yiyeceklerini yetiştirebilmeleri için arazi sağlıyor. Gana çikolatalarında kullanılan çekirdek içinse 2007 yılında 350 küçük çiftçi tarafından kurulan Abocfa Kooperatifi'nin organik sertifikasıyla ürettiği çekirdekleri kullanılıyor.

Bir kadın girişimi olarak 20 yıl önce yola çıkan Butterfly Chocolate bugün yenilenecek yoluna devam ediyor. Yeni üretim noktasıyla, İstanbul'un farklı noktalarında yer alan ve sayılarını arttırmaya devam ettiği şubeleriyle büyüdüklerini söyleyen İpekçi, "Artizan ve el yapımı çikolatanın kendine özgü tatlarıyla Butterfly Chocolate olarak 20'inci yılımızda farklı lezzetlerin peşinden koşuyoruz. Meselâ Maraş tarhanalı çikolata yaptık. Bizim topraklarımızda yetişen kuruyemişleri, baharatları kullanarak değişik tatlar üretmek istiyoruz. Bunun için sürekli denemeler yapıyoruz" diye konuşuyor.

“Dövme sanatını 17 ülkeye taşıdık”

Cleopatra Ink, 2014'te Alanya'da başladığı dövme sanatını bugün 17 ülkede 100'ü aşkın stüdyoya taşıyarak uluslararası bir marka haline geldi. Cleopatra Ink Kurucusu ve Lideri Halil İbrahim Karadere, “Büyüme stratejimizin temelinde güçlü franchise ağıyla Türkiye'deki deneyimimizi globale taşımak var” diyor. Özellikle ABD pazarında atağa geçen şirketin üç ila beş yıl içerisindeki önceliği ise ABD'nin her eyaletinde en az bir stüdyoya ulaşmak.

Alanya'da 2014'te ‘modern dövme konsepti’ yaratma hedefiyle ilk stüdyosunu açan Cleopatra Ink, bugün uluslararası arenada tanınan bir marka haline geldi. Yunan adalarıyla başladığı yurt dışında büyüme yolculuğunu Almanya, Finlandiya gibi Avrupa ülkeleriyle sürdüren şirket, 2022'de Los Angeles'te ilk stüdyosunu açarak ABD pazarına da giriş yaptı. Gelinek noktada toplamda 17 ülkede 100'den fazla stüdyoyla faaliyet gösteren, Amerika'da ise çeşitli eyaletlerde 25'ten fazla stüdyoya ulaşan Cleopatra Ink'in hedefi, bu yılın sonuna kadar ABD'deki stüdyo sayısını 30-35'e çıkarmak.

Cleopatra Ink Kurucusu ve Lideri Halil İbrahim Karadere; 2024 yılı sonu itibarıyla ABD'de Miami'de yeni bir genel merkez (US HQ) açarak global bir oyuncu olma yolunda önemli bir adım daha attıklarını söylüyor. ABD'de özellikle New York, Florida ve Hawaii'de yeni franchise'lar vermeyi, belirli bir sırayla her eyalete genişlemeyi planladıklarını söyleyen Karadere, “Önceliğimiz, üç ila beş yıl içerisinde ABD'nin her eyaletinde en az bir stüdyomuzun bulunması” diyor. Türkiye'de toplamda 63 şubeye ulaşan Cleopatra Ink, 2025 yılı sonuna kadar Türkiye'deki toplam şube sayısını da 80'e çıkarmayı planlıyor. Halil İbrahim Karadere ile Cleopatra Ink'in büyüme ve globalleşme yolculuğunu konuştuk.

Cleopatra Ink'in kuruluş hikayesini anlatabilir misiniz?

Alanya'dan dünya çapında bir marka yaratma vizyonu ile yola çıktık. Markamız

“Modern dövme konseptli stüdyolar yaratarak sektörde ‘gamechanger’ olduk”

“ÖNCELİĞİMİZ; SANAT VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ” Cleopatra Ink, Türkiye'nin en bilinen ve en büyük dövme zincirlerinden biri olarak sektörde fark yaratmayı başarmış bir dünya markası. Ödüllü sanatçılarımız, yüksek hijyen standartlarımız ve benzersiz dövme deneyim süreçlerimiz, müşterilerimiz tarafından sıklıkla tercih edilmemizin en önemli nedenlerinden. Modern dövme konseptli stüdyolar yaratarak sektörde bir ‘gamechanger’ olduk. Sanat ve müşteri memnuniyetini öncelik haline getirirken dijital stratejimizi de ‘always on’ prensibiyle sürdürüyoruz. Dijital mecralarda aktif kampanyalar yürütüyor, markamızın farklılıklarını her platformda anlatıyoruz. Hem Türkiye'deki hem de uluslararası arenadaki stüdyolarımız, bu stratejiyi başarıyla uygulayarak hedef kitlemize etkin bir şekilde ulaşıyor.

“AKADEMİ, ABD'DE DE FAALİYETE GEÇECEK” En büyük farklarımızdan biri; dövme sanatına sadece bir hizmet olarak değil, aynı zamanda kişisel hikayelerin sanata dönüştüğü bir süreç olarak yaklaşmamız. Yenilikçi ve yaratıcı bakış açımızla her zaman ön planda olmayı başardık. Ayrıca kendi insan kaynağımızı yetiştirmek amacıyla Cleopatra Ink Akademi'yi kurduk. Bu akademiler sayesinde profesyonel ve alanında uzman kadrolar oluşturuyoruz. Şu an Türkiye'de İstanbul'da bulunan akademimiz, yakında ABD'de de faaliyete geçecek.

sanat ve müşteri memnuniyeti odaklı vizyonuyla 2014'ten bu yana büyük bir hızla büyüyor. Markanın temellerini atarken dövme sanatını sadece bir kişisel ifade aracı değil, aynı zamanda profesyonel bir disiplin olarak geliştirme misyonunu benimsedik. Dövme tasarımcıları ile kişisel hikayeleri dinleyerek kişinin kimliğini yansıtan özel tasarımlar oluşturuyoruz. Dövme dünyasında yenilikçi ve yaratıcı bakış açımızla sektörde bir adım öne çıkmayı da başardık.

İlk günden bu yana nasıl bir gelişim kaydettiniz?

Başlangıçta, turizm bölgelerine ve Akdeniz kıyı şeridinde franchise'lar olarak hızla büyüdük. Bu başarının ardından konseptimizi büyük şehirlerle ve farklı illere taşıyarak şehir stüdyoları açtık. Turizm stüdyolarımızın ardından şehir merkezlerinde de genişlemeye devam ettik. Markamızın genel merkezini 2022 yılı sonunda Alanya'dan İstanbul'a taşıdık.



Uluslararası alanda ise Yunan adalarıyla başladığımız genişlememizi Almanya, Finlandiya gibi Avrupa ülkelerine taşıdık. 2022'de Los Angeles'te ilk stüdyomuzu açarak Amerikan pazarına da giriş yaptık. Şu an Amerika'nın çeşitli eyaletlerinde stüdyo sayımız 25'i aştı. 2024 yılı sonu itibarıyla ABD/Miami'de yeni bir genel merkez (US HQ) açarak global bir oyuncu olma yolunda önemli bir adım daha atıyoruz.

Türkiye'de kaç şubeye ulaştınız?

Büyüme stratejimizin temelinde güçlü bir franchise ağı oluşturarak Türkiye'deki deneyimimizi uluslararası pazara taşımak yer alıyor. Türkiye'de İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Eskişehir, Gaziantep, Kocaeli, Muğla ve Samsun'da toplamda 63 şubemiz var. Çok yakında İstanbul Nişantaşı şubemiz yeniden açılacak.

Türkiye'de 2025 yılı sonuna kadar 15'ten fazla franchise şube açarak Türkiye'deki toplam şube sayımızı 80'e çıkarmayı planlıyoruz. Önceliğimiz, İstanbul Anadolu Yakası. Şu anda bulunmadığımız ama potansiyeli olan iller de merceğimiz altında.

2024 yılı nasıl geçiyor?

2024, Cleopatra Ink için oldukça dinamik ve büyüme odaklı geçiyor. Bu yıl en hızlı büyümeyi ABD pazarında gerçekleştiriyoruz. Türkiye'de de yeni stüdyolar açmaya devam ederek marka varlığımızı güçlendiriyoruz. 2024'ün sonunda ABD'de 25'i aşan stüdyo sayımızı 30-35'e çıkarmayı hedefliyoruz.

Kuruluştan bu yana hiç yatırım aldınız mı?

Kuruluştan bu yana dış yatırım almadan, organik bir büyüme süreci izledik. Sürdürülebilir bir büyüme modeli ve uzun vadeli stratejilerle ilerliyoruz. Finansal yapımızı sağlam temeller üzerine kurarak şeffaflık ve profesyonellikten ödün vermeden büyümemizi sürdürüyoruz. Bu organik büyümenin temelinde franchise ortaklarımızla kurduğumuz güçlü iş birlikleri yer alıyor. Franchise ortaklarımızla büyümeye devam ediyoruz. Bu iş birliği markamızın güçlenmesine ve uluslararası pazarlarda genişlememize katkı sağlıyor. Gelecekte ise iş hedeflerimizle örtüşen ve marka değerimizi daha da artırabilecek stratejik yatırım fırsatlarını da değerlendirmeye açık olabiliriz.

"ABD'de yatırım yaparak oturma alma fırsatı da sunuyoruz"

"17 ülkede 100'den fazla stüdyomuzla dövme sanatında öncü ve dünya çapında 120'den fazla ödül sahibi bir markayız. 2025 sonuna kadar 70'ten fazla yeni franchise şubesi açmayı hedefliyoruz. Miami, San Francisco, Los Angeles, Denver ve New York'ta açtığımız stüdyolar, markamızın ABD'deki büyüme stratejisinin önemli parçalarını oluşturuyor. ABD'de özellikle New York, Florida ve Hawaii'de yeni franchise'lar vermeyi, belirli bir sırayla her eyalete genişlemeyi planlıyoruz. 'Cleopatra Ink Franchise' ile ABD'de yatırım yaparak oturma alma fırsatı da sunuyoruz. Ayrıca girişimcilere kazançlı bir iş modeli ve global bir markayla büyüme olanağı sağlıyoruz."



Orta-uzun vadede Cleopatra Ink'i hangi konumda görmek istiyorsunuz?

Gelecekte hem yerel hem de uluslararası pazarlarda Cleopatra Ink'i daha da büyütmeyi hedefliyoruz. Kaliteden ödün vermeden, benzersiz müşteri deneyimiyle büyümeye devam etmek için sürekli yenilikçi stratejiler ve teknolojiler geliştirirken sanatın sınırlarını zorlayarak dövme dünyasında yeni standartlar belirlemeye kararlıyız.

Türkiye'de henüz stüdyomuz olmayan lokasyonlarda açılış yapmaya devam edeceğiz. Ancak önceliğimiz, üç ila beş yılda ABD'nin her eyaletinde en az bir stüdyomuzun bulunması. Bu hedefe ulaşmak için franchise ağıımızı güçlendirecek stratejiler geliştiriyor, pazar araştırmalarıyla en uygun lokasyonları belirliyoruz.

Tarımda yeni iş fikirlerine yön verecek

Kuruluşunun 50'nci yılını kutlayan, Tekfen Holding'in iştiraki Toros Tarım öncülüğünde, girişimci adaylarının tarım ve gıda sektörünün sürdürülebilirliğine değer katacak yenilikçi fikirlerin uygulanabilir projelere dönüştürülmesini sağlamak amacıyla AGRI Tech Ön Kuluçka Programı hayata geçirildi. Bu program çiftçilerin baskın tutum ve davranışlarından hareketle karar alma süreçlerini ve tarımsal faaliyetlerdeki tercih ve beklentilerini daha iyi anlayabilmek ve sektöre katkı sağlayacak aksiyon ve çözüm önerilerini keşfetmek adına yapılan Toros Tarım Çiftçi Anketi'nden elde edilen çıktılarıyla; bitki beslemede yenilikçi yaklaşımlar ve iyi tarım uygulamalarının nesilden nesile aktarılmasını desteklemek için kullanılacak.

İzmir Tarım Teknoloji Merkezi (İTTM) ve Sürdürülebilir Tarım Bilimsel AR-GE Kooperatifi tarafından Toros Tarım sponsorluğunda hayata geçirilen AGRI Tech Ön Kuluçka Programı görücüye çıktı.



"Amaç rekabet gücünü artırmak"

Programın tanıtımında yaptığı konuşmada 2050'de dünya nüfusunun 10 milyara ulaşmasının beklendiğini hatırlatarak önümüzdeki yıllarda iklim değişikliği kaynaklı aşırı iklim olayları, sürdürülebilir olmayan tarım teknikleri ve tedarik zincirleri, yerel gelir kaynaklarının azalması, ormansızlaşma, arazilerin ve su havzalarının sürdürü-

lebilir bir şekilde yönetilememesi gibi sebeplerden dolayı tarım ve gıdanın oldukça olumsuz etkileneceğine dikkat çeken Tekfen Holding Tarımsal Sanayi Grubu Başkan Yardımcısı ve Toros Tarım Genel Müdürü Ahmet Eren, "Sektörümüzün öncü firması olarak kurulduğumuz günden bu yana yani 50 yıldır 'Tarım Neredeyse Toros Tarım Oradadır' misyonuyla hareket ediyoruz. Değişen

dünyada ve ekonomik koşullarda amacımız çiftçilerimizin rekabet gücünü artırmak ve çevresel etkileri azaltmak. Bu dönüşümde teknolojinin ve yenilikçi iş modellerinin ne kadar önemli olduğunun bilincindeyiz. Bu dönüşümde, Türk tarımının sürdürülebilirliğine de hizmet etmek ve sektördeki ihtiyaçlara sürdürülebilir, öncü ve yenilikçi çözümler sunma misyonumuzu yerine getirmek için yeni bir adım daha attık ve AGRI Tech Ön Kuluçka Programı'nı hayata geçirdik" dedi.

"6 bin dolar tohum sermaye vereceğiz"

"Kuluçka programlarına hazırlanmak konusunda deneyimli işletmeciler ve uzmanlardan oluşan bir ekip tarafından mentorluk hizmetleri, eğitimler, ekosistem network'ü ve yatırımcılarla iletişim ağı oluşturma gibi alanlarda çeşitli destekleri kapsayan ön kuluçkayı başarıyla tamamlayan girişimci adayları, uygun şartları karşılamaları halinde girişimcilik yolculuklarına İzmir Tarım Teknoloji Merkezi'nin kuluçkasında devam edecek. Programın sonunda ise girişimciler, projelerini tanıtabilecekleri bir 'Demoday' etkinliği ile mezun olacak. Bununla birlikte fikirlerini geliştirerek somut bir projeye dönüşebildiğini gösterebilen, jüri değerlendirmesiyle seçilecek üç başarılı girişimcinin her birine 6 bin doları 'Tohum Sermaye' verilerek projenin hayata geçirilmesine yönelik çalışmaların başlatılmasına katkı sağlanacak."

13 girişimci kabul edildi

Program paydaşları, program ile tarım sektöründe çalışmayı arzulayan girişimci adaylarının tarım ve gıda sektörünün sürdürülebilirliğine katkı sağlamalarını, fikirlerini uygulanabilir projelere dönüştürmelerini ve tarım sektöründe etki yaratmaya yönelik işletmeler kurmalarını desteklemeyi amaçladıklarını vurguladılar.

Sinop'tan dünyaya kurumsal kıyafet satıyor

Sinop'taki tesislerinde dünya devleri için kurumsal kıyafetler üreten Tekstar, 2025 yılında 2 milyon dolarlık bir geri dönüşüm yatırımı yapmaya hazırlanıyor. Tekstar Tekstil Kurucusu ve CEO'su Aykut Tarakçıoğlu, yüzde 30 büyümeye hedeflediklerini söylüyor.

Hazır giyim ve tekstil sektöründe uzun yıllar profesyonel olarak çalıştıktan sonra sektördeki boşluğu görerek Tekstar'ı kuran Aykut Tarakçıoğlu, bugün Sinop'taki tesislerinde Arçelik'ten Lamborghini'ye 60'ın üzerinde şirketin kurumsal kıyafetlerini üretiyor.

Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Fakültesi'nden mezun olan Aykut Tarakçıoğlu, üniversite eğitimini tamamladıktan sonra profesyonel kariyerine uluslararası bir ticaret şirketinin temsilcisi olarak başladı. 2000 yılına kadar Newyork'ta çalışan Aykut Tarakçıoğlu, ardından Türkiye'de kurumsal giyim, premium promosyon ürünleri, iş kıyafetleri ve aksesuarları konusunda uzman bir şirketin boşluğunu görerek Tekstar'ın temellerini attı. 2020 yılında üretime girme kararı alarak Sinop'ta üretim tesislerini kurdu. 40 milyon TL'lik yatırımla kurulan bu tesis, 70 milyonun üzerinde tekstil ürününü Türkiye, Avrupa ve Amerika pazarı için üretti. Bugün 350 çalışan ve yıllık 1,5 milyon üretim kapasitesiyle sürdürülebilir kurumsal giyim üretimine ve ihracatına öncülük etmeyi hedeflediklerini söyleyen ekstar Tekstil Kurucusu ve CEO'su Aykut Tarakçıoğlu, "2023 yılını 35 milyon Euro ciroyla kapattık. 2025 hedefimiz ise yüzde 30 büyümek" diyor.

Üretimde yapay zeka desteği

Tekstar'ın en büyük farklılıklarından biri kuruluşundan bu yana sürdürülebilir üretime odaklanmak. Üretim süreçlerine ileri yapay zeka teknolojisini entegre ederek sürdürülebilir üretim uygulamalarını ileriye taşıdıklarını ve karbon ayak izini azaltarak



çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunduklarını söyleyen Aykut Tarakçıoğlu, "Tasarımdan üretime tüm süreçlerde kullanıcı ihtiyaçlarına ve fonksiyonelliğine yönelik ürünler üretiyoruz. Bizim en büyük farklarımızdan biri sürdürülebilirlik konusunda attığımız adımlar. Sürdürülebilirlik üretim

sürecimizin ayrılmaz bir parçasıdır. Karbon ayak izimizi en aza indirmek için çevre dostu uygulama ve teknolojilere öncelik veriyoruz. Bu alandaki projelerimiz devam edecek" diyor. 2025 yılında geri dönüşüm konusunda yatırıma hazırlanan şirket, tesislerinde 2 milyon dolarlık bir yatırım planlıyor.

Sinop'ta kadın istihdamına katkı sağlıyor

"İstanbul'daki yönetim ve iş geliştirme ekibine ek olarak, Sinop'taki örme ve dokuma fabrikaları aracılığıyla yöre halkı kadınlarına iş imkanı sunuyoruz. Fabrikalarımız aracılığıyla toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadınların iş gücüne katılımını destekliyoruz. Yerel kadınlara istihdam fırsatları sunarak topluluğumuzun ekonomik büyümesine de katkı sağlıyoruz. Sinop fabrikamızda çalışanların yüzde 90'ından fazlası kadınlardan oluşuyor."

“16’den fazla dilde iletişim hizmeti veriyoruz”

Yerli ve global şirketlerin iletişim merkezi operasyonlarını yöneten Procat, 16’den fazla dilde iletişim merkezi operasyonu hizmeti verip, çok sayıda ülkeye hizmet ihracatı da yapıyor. Procat CEO’su Eniz Akdağ, “Yerli ve global niş markaları bünyemize katmayı ve uluslararası stratejik iş ortaklıkları kurarak büyümeyi hedefliyoruz” diyor.

Procat; havacılıktan finansa, otomotivden e-ticaret ve telekoma kadar birçok farklı sektörden yerli ve global markaların iletişim merkezlerini yöneten bir şirket. Uzmanlık alanları arasında; dış kaynak kullanımlı ve çok dilli iletişim merkezi operasyonu yönetimi, satış, tahsilat, teknik destek, müşteri hizmetleri operasyonları ve müşteri deneyimi teknolojileri, santral altyapısı, performans yönetim platformu, IVR (Interactive Voice Response), KYC (Know your Customer), konuşma tanıma, omnichannel iletişim kanalları yer alıyor.

2006 yılında kurdukları grup şirketleri Speechouse’un ise daha iyi bir kullanıcı deneyimi için ileri ses teknolojilerini markaların iletişim merkezi süreçlerine entegre ettiğini ve bu süreçleri kullanıcı deneyimi odaklı bakış açısıyla yeniden tasarladığını söyleyen Procat CEO’su Eniz Akdağ, “Konuşma, tanıma, konuşma analizi, ses imzası, metni sese dönüştürme, sanal asistan ve doğal konuşma algılama gibi yapay zekâ destekli ileri ses teknolojileri sunuyoruz” diyor.

Akdağ, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

Şirketimiz, 2004 yılında çağrı merkezi kurulumundan teknoloji satışı ve entegrasyonuna kadar geniş bir yelpazede hizmet sunan teknoloji ve danışmanlık şirketi olarak faaliyete geçti. Başlangıçta ana iş kolumuz teknoloji ve danışmanlıktı. Sonrasında hizmet alanımızı genişleterek 2012 yılında



“Odak noktamıza insanı alıyoruz”

“Geleceğin çağrı merkezlerinde teknoloji ve yapay zekânın çok daha hâkim bir konuma geleceğini biliyoruz. Bunu insan gücüyle harmanlayabilen şirketlerin ön plana çıkacağını düşünüyoruz. Biz de teknoloji ve inovasyon yatırımlarımızı bu bakış açısıyla hayata geçirmeye özen gösteriyor, odak noktamıza insanı alıyoruz.”

sektördeki adıyla “dış kaynak kullanımlı çağrı merkezi (BPO) hizmetini yelpazemize ekledik. 2021 yılına kadar geçen süreçte çeşitli BPO projeleri gerçekleştiren şirketimiz, pandemi sonrası dönemde önemli bir kabuk değişimi yaşadı. Bu değişim ve dönüşüm sürecinde şirketimizin eski kültür ve deneyimi ile yeni kültürünü ortak bir noktada buluşturduk. Yönetim, strateji ve müşteri yönetimi alanlarında geçirdiğimiz bu kabuk değişimi sayesinde daha rekabetçi bir yaklaşım benimsedik. 2021 yılından sonra odağımıza

bu hizmet modelini yerleştirerek yerli ve global şirketlerin iletişim merkezi operasyonlarını yönetmek adına daha odaklı bir çalışma sistemi geliştirdik. Bu stratejiyle birlikte çok sayıda yerli ve global müşteriye 16’den fazla dilde iletişim merkezi operasyonu hizmeti vermeye, çok sayıda ülkeye hizmet ihracatı yapmaya başladık.

2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?

Geçtiğimiz yılı yüzde 138’lik rekor büyüme ile kapattık ve 2024 yılı için iddialı hedeflerle yol almaya devam ediyoruz. 2023 yılında 1 milyon dolarlık donanım ve lisans yatırımının yanı sıra 5,6 milyon TL’lik lokasyon yatırımına imza attık. Bu noktada 2024 yılında lokasyon yatırımlarımızı artırma kararıyla büyümeye rekor düzeyde devam etmeyi amaçlıyoruz ve çalışan sayımızda yüzde 35’lik bir artış planlıyoruz. Yakın zamanda faaliyete geçen Dubai ofisimiz ile Ortadoğu pazarındaki ilerleyişimize de hız kazandırmak istiyoruz.

İhracat hedefleriniz neler?

İhracat, en önemli gündem konularımızın başında geliyor. Pandemiden sonraki hızlı yükselişimizin arkasında yatan bir önemli madde de hizmet ihracatı yatırımlarımız oldu. Halihazırda Türkçe, İngilizce, Almanca, Felemenkçe, Rusça, Fransızca, Arapça, Azerice, İspanyolca, Norveççe, İsveççe, Japonca, Danca, Portekizce, Çekçe, Rumence dillerinde hizmet veriyoruz. Sadece 2023 yılında aramızda katılan 27 mar-

ka ile çok sayıda yerli ve global müşteriye 16'dan fazla dilde iletişim merkezi operasyonu hizmeti sunuyor, çok sayıda ülkeye hizmet ihracatı yapıyoruz. Almanya, İngiltere, İskoçya, Fransa ve Hollanda merkezli pek çok global markaya hizmet veriyor, küresel arenadaki faaliyetlerimizi Londra ve Dubai ofislerimizle genişletmeye devam ediyoruz.

Hizmet ve uygulamalarınızda yapay zekâ kullanıyor musunuz?

Ar-Ge merkezi konumuyla yoluna devam eden bir şirket olarak, yerinde Ar-Ge sisteminin sunduğu avantajlardan yararlanarak mevcut yapımızı daha dinamik bir hale getiriyoruz. Müşterilerimizin iletişim merkezlerinin dünya standartlarına ulaşması için çalışırken, Ar-Ge merkezimizde firmaların ihtiyaçlarına uygun çözümleri, kendi ekibimizle üreterek yüzde yüz yerli hizmet fırsatı sağlıyoruz. Odağımızda dijital çözümler, Chatbot, yapay zekâ, konuşma tanıma teknolojileri, biyometrik doğrulama, iş zekâsı, müşteri hizmetlerine yönelik performans yönetimi araçları, satış ve tahsilat konuları var. Dijital ortamda güvenlik ihtiyacı her gün artıyor. Dolayısıyla kimlik doğrulama uygulamaları daha önemli hale geliyor. Know Your Customer (KYC), örneğin bir bankada şubeye gitmeden hesap açarken veya zaman içinde periyodik olarak müşterinin kimliğini tanımlamak ya da doğrulamak için güvenlik teyidi ihtiyacı duyulan işlemlerde son derece önemli. KYC çözümü-müz, müşterinin kimlik bilgilerini manuel olarak girmesine gerek kalmadan, kamera-daki görüntüyü doğrulama fırsatı sunuyor.

Verdiğiniz hizmetler hakkında biraz bilgi verir misiniz?

Bu soruyu konunun bilirkişisi gibi değil de uzmanlık alanlarımızdan üzerinden yanıtlamak isterim. Dijitalleşme, şüphesiz çağrı merkezleri için de kritik ve olmazsa olmaz. Biz de müşteri memnuniyetini artırmak, verimliliği sağlamak ve maliyetleri düşürmek adına dijital araçları kullanıyoruz. Otomasyon ve yapay zekâ, tekrarlayan işleri üstlenerek çalışanlarımızın daha karmaşık görevlere odaklanmasını sağlıyor. Kişiselleştirilmiş hizmetler, çok kanallı entegrasyon ve gerçek zamanlı analiz ile müşteri deneyimini iyileştiriyoruz. Bulut tabanlı sistemler ve mobil teknolojiler sayesinde



“Stratejik ortaklıklarla büyüyeceğiz”

“Yurt içi ve yurt dışı lokasyonlarımızda operasyon hizmeti verdiğimiz tesis sayısını artırmayı, yerli ve global niş markaları bünyemize katmayı ve uluslararası stratejik iş ortaklıkları kurarak büyümeyi hedefliyoruz. Bu noktada müşteri odaklı yaklaşımımızı sürdüreceğiz ve uluslararası alanda daha da büyüyerek küresel bir etki yaratmaya devam edeceğiz.”

hizmetlerimize her yerden erişim sağlıyoruz. Ayrıca, gelişmiş güvenlik protokolleri ile müşteri verilerini koruyoruz. Bu unsurlar, yönettiğimiz operasyonların daha etkin ve rekabetçi olmasına katkı sağlıyor.

KOBİ'ler dijital dünyaya adım atarken en çok nelere dikkat etmeli?

KOBİ'lerin dijitalleşme sürecine başlamadan önce dijital dünyadaki amaçlarını ve hedeflerini net bir şekilde belirlemesi gerekiyor. Belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda bir yol haritası oluşturularak, ihtiyaçlara uygun yazılım ve donanımların

seçilmesi en önemli noktalar arasında yer alıyor. Dijital dünyada veri büyük bir güç. Müşteri davranışlarını analiz etmek, satış ve pazarlama stratejilerini veri analitiği ile desteklemek, işletmenin rekabet gücünü artırıyor. Müşteri verilerini etkin bir şekilde yönetmek, müşteri ilişkilerini güçlendirmek ve müşteri memnuniyetini artırmak her geçen gün daha da önemli oluyor. Bu noktada şirketlere, müşteri hizmetlerini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için çeşitli dijital çağrı merkezi teknolojilerine yatırım yapmalarını öneririz.

“Hedefimiz, globalde ilk beşten biri olmak”

Dijital lojistik platformu Kamion, karayolunda kamyonların yüksüz geri dönüş yolculuklarını azaltarak şirketlerin lojistik süreçlerini verimli hale getirmeyi ve ‘sürdürülebilir yeşil lojistik’ yaklaşımıyla sektörü geleceğe taşımayı hedefliyor. Kamion Kurucusu Berkay Adım, “Orta vadede Türkiye’nin en güçlü lojistik platformları arasında yer almayı, uzun vadede globalde ciro bazında ilk beş nakliye platformundan biri olmayı hedefliyoruz” diyor.

Kamyonların uzun yolda boş seyahatlerini önlemek amacıyla, yükveren şirketler ile kamyonları dijital platformda buluşturan Kamion, karayolu taşımacılığında daha verimli ve sürdürülebilir bir yapı sunuyor. Şirket; dijitalleştirdiği lojistik süreçle gereksiz yakıt tüketiminin önüne geçmeyi, beklemleri azaltmayı, verimliliği artırarak sürdürülebilirliğe ve yeşil lojistiğe katkı sağlamayı hedefliyor. Platformuna kayıtlı 20 binden fazla taşıyıcıya ve 200’den fazla yükveren firmaya hizmet veren ve 2024’ün başında uluslararası taşımacılığa da adım atan Kamion, bugün 16 ülkeye karayolu taşımacılık hizmeti sunuyor.

Irak’tan Almanya’ya, İskoçya’dan Suudi Arabistan’a kadar geniş bir coğrafyada hizmet sunan Kamion’un uluslararası operasyonları cironun yüzde 30’unu oluşturuyor. “Mevcut müşterilerimizin yüzde 20’si uluslararası taşımalarını da bize emanet ediyor” diyen Kamion Kurucusu Berkay Adım; 2024 yıl sonu itibarıyla ciroyu yüzde 30, müşteri sayısını yüzde 35 artırmayı hedeflediklerini belirtiyor. Esas amaçlarını, ‘doğru zamanda doğru kamyonu doğru yüklerle bir araya getirerek taşımacılık sürecini maksimum verimlilikle gerçekleştirmek’ olarak tanımlayan Berkay Adım ile Kamion’un büyüme yolculuğunu ve iş planlarını konuştuk.

Kamion; hangi hedeflerle kuruldu?

Uzun yıllardır lojistik, depolama ve satın alma gibi operasyonel iş kollarında çalıştım. Özellikle 2010-2019 arasında ABD’de yaşa-



dığım dönemde, büyük veri ve yazılım sektörlerinden edindiğim deneyim, operasyon yoğun işlere yazılım ve veri analizinin nasıl katkı sağlayabileceğini görmemi sağladı ve Türkiye’ye döndüğümde, lojistik sektörün-

deki büyük bir sorun dikkatimi çekti.

Kamyonların yüzde 35’i taşımacılık dönüşlerinde boş dönüyor, bu da ciddi verimsizlik ve karbon emisyonuna neden oluyordu. Bunu dengelemek için her yıl 215 milyon yeni ağaç dikmek gerekiyor. Bu noktadan yola çıkarak, 2020’nin başlarında Kamion’un kuruluşunu gerçekleştirdik. Hedefimiz, yüklerin ve araçların etkili şekilde eşleştirilmesiyle hem sektörün verimliliğini artırmak hem de çevresel etkileri azaltmaktır. 2022’de Y Combinator’dan 2 milyon dolarlık tohum yatırım alarak büyüme sürecimize hız kazandırdık. Silikon Vadisi merkezli prestijli fonlardan ve

“Güvenilir taşıyıcılarla sürdürülebilir operasyonlar sunuyoruz”

■ GÖRÜNÜRLÜK VE YÜKSEK PERFORMANS Sistemimizde toplamda iki ürün var. Yükverenler için geleneksel araç siparişinde yaşanan tüm süreçleri ortadan kaldırıp tüm FTL taşıma süreçlerinin tek bir ekrandan yönetilmesini sağlıyoruz. Teknolojik altyapımızla güvenilir taşıyıcılarla sürdürülebilir operasyonlar sunuyoruz. Lojistik operasyonlarında yoğun biçimde yer alan telefon ve e-mail trafiğini ortadan kaldırarak global müşterilerimize tedarik zincirlerinde verimlilik, görünürlük ve yüksek performans sağlıyoruz.

■ VERİMLİ BİR SÜRÜŞ DENEYİMİ Yük taşıyanlara mobil uygulamamız sayesinde kendilerine uygun yükleri tek bir uygulamadan bulma şansı sunuyoruz. Mobil uygulama yardımıyla araçların ne zaman nerede oldukları ve tesislere ne zaman girdiğini ve çıktığını ölçüyor, bu içgörülerini operasyonlarını iyileştirebilmeleri için yük verenlerimizle paylaşıyoruz. Örneğin; bekleme süreleri çok yükseğe bula önlem almak isteyebiliyorlar. Biz de buna göre bir yol izliyoruz. Uygulamamızı daha konforlu hale getirmek amacıyla yakın zamanda ‘7/24 Telefon Desteği’, ‘Dönüş Yüklü Kolaylığı’, ‘Komisyonsuz Ödeme’, ‘Kazanç Takip’ ve ‘Kazançlı Yükler’ başlıklarını da ekledik. Bu sayede daha verimli bir sürüş deneyimi sağlıyoruz.

Logo Ventures gibi Türkiye’dekş ve bölgedeki girişimlere yatırım yapan güçlü yatırımcılardan da finansal destek aldık.

Nasıl fark yaratıyorsunuz?

Amacımız, ‘doğru zamanda doğru kamyonu doğru yükle bir araya getirerek taşımacılık sürecini maksimum verimlilikle gerçekleştirmek’. En büyük avantajımız ise tamamen teknoloji ve veri merkezli bir yaklaşım benimsememiz. Teknolojiyi en verimli şekilde kullanarak sektördeki manuel süreçleri minimize ediyoruz. Geliştirdiğimiz algoritmalarla yük ve araçların doğru eşleştirilmesini sağlıyoruz. Bu; taşıma süreçlerinin hızını ve doğruluğunu artırırken sektördeki boş taşıma oranını azaltarak maliyetleri düşürüyor ve karbon emisyonlarını da azaltıyor.

Kuruluştan bu yana nasıl bir gelişim kaydettiniz?

İlk yola çıktığımızda yalnızca yurt içi taşımacılık hizmeti sunarken bugün platformumuza kayıtlı 20 binden fazla taşıyıcı ve 200’den fazla yükveren firmaya hizmet veriyoruz. Özellikle 2024 yılı, uluslararası taşımacılığa adım atmamızla birlikte büyümemize ivme kazandırdı. Müşteri sayımızı bu yıl yüzde 28 artırdık. Şu anda 16 ülkeye taşımacılık yapıyoruz. Irak’tan Almanya’ya, İskoçya’dan Suudi Arabistan’a kadar geniş bir coğrafyada hizmet sunarken uluslararası operasyonlarımız ciromuzun yüzde 30’unu oluşturuyor. Mevcut müşterilerimizin yüzde 20’si uluslararası taşımalarını da bize emanet ediyor. Kayıtlı kamyon sayımız da bir önceki yıla göre yüzde 70 artışla 20 binin üzerine çıktı.

2024’ün kalanına ilişkin hedefleriniz neler?

Yılın geri kalanında yurt içindeki pazar payımızı artırmayı planlıyoruz. Ciroyu yüzde 30, müşteri sayımızı yüzde 35 artırmayı amaçlıyoruz. Stratejilerimiz; teknoloji yatırımlarını artırmak ve operasyonel mükemmeliyeti sağlamak üzerine olacak.

İlk hedefimiz; kontratlı lojistik hizmetlerinde verimliliği artıracak yeni otomasyon süreçlerini ve dijital çözümleri entegre ederek operasyonel maliyetleri daha da azaltmak. Müşteri odaklı yaklaşımla yazılım çözümlerimizi ve operasyonel hizmetlerimizi sürekli geliştirmeyi planlıyoruz. Türkiye’de

BERKAY ADLİM



“Amerika pazarı, pazar payımızı artırmamızı sağlayacak”

“Türkiye’nin yoğun ticari faaliyetlerinin olduğu pazarlarda güçlü bir ayak izi oluşturmayı hedefliyoruz. Şu anda 16 ülkeye ulaştık. Öncelikli olarak Doğu Avrupa, Türkiye’nin doğusu ve Ortadoğu pazarlarında taşımacılık süreçlerini dijitalleştirerek verimliliği artırmayı ve müşteri memnuniyetini sağlamayı amaçlıyoruz. İkinci olarak, yurt içindeki ve yakın coğrafyadaki operasyonlarımızın ötesine geçerek daha uzak pazarlarda da yer almayı planlıyoruz. Özellikle Amerika pazarı, oldukça çekici bir fırsat sunuyor. Bu pazarda önemli bir yatırımcı ağına sahibiz. Rekabet avantajımızı ve pazar bilgimizi kullanarak Amerika pazarında etkili şekilde yer almayı hedefliyoruz. Bu strateji, global ölçekte büyümemizi ve pazar payımızı artırmamızı sağlayacak.”

daha önce uygulanmamış dijital lojistik alt yapılarını besleyecek teknolojik çözümler geliştirmeyi de hedefliyoruz.

2025 ve daha uzun vadede ajandanızda neler var?

2025 itibarıyla Türkiye’deki pazar payımızı artırmaya daha da odaklanacağız ve platformlaşma planlarımızı devreye alacağız. Kamion; yalnızca Türkiye’de değil, dünya genelinde taşımacılık sektörünü dönüş-

türme hedefiyle ilerliyor. Teknolojimizi ve hizmetlerimizi küresel pazarlara taşımak, verimliliği en üst düzeye çıkaran çözümler sunmak, sektörün dijital dönüşümüne katkıda bulunmak, çevresel etkileri azaltmak ve yeşil lojistiği desteklemek öncelikli hedeflerimiz. Orta vadede Türkiye’nin en güçlü lojistik platformları arasında yer almak, uzun vadede globalde ciro bazında ilk beş nakliye platformundan biri olmayı planlıyoruz.

“Hedefimizde ABD ve AB ülkeleri var”

Yoluna yaklaşık 30 yıl önce Merter’de tekstil aksesuarları satışı ve ihracatı ile başlayan Doruklara, bugün girdiği farklı alanlarla faaliyetlerini sürdürüyor. Personel kıyafetleri, ihtiyaçlara yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri, ev kokuları, hediyelik ve promosyon ürünleri üreten şirket, e-ihracatta büyümeyi hedefliyor.

Temelleri 1995 yılında Merter’de tekstil aksesuarları satışı ve ihracatı ile atılan Doruklara, zamanla iş kollarını genişleterek yoluna devam ediyor. Bugün gelinen noktada; personel kıyafetleri ve özel siparişler, müşterilerimizin ihtiyacına yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri ve ev kokuları, hediyelik ve promosyon ürünleri faaliyet alanlarını oluşturuyor. Önümüzdeki dönemde ihracata ağırlık vermeyi planladıklarını söyleyen Doruklara A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı A. Nadir Bulut, “E-ihracat siteleri üzerinden çalışmalarımız devam ediyor. Hedefimiz ABD ve Avrupa ülkeleri. Bu pazarlara ulaşmak için kapsamlı bir strateji oluşturduk. Kısa zamanda hedeflerimize ulaşacağımızı düşünüyorum” diyor. Bulut, sorularını şöyle yanıtlıyor:

Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikâyesi hakkında bilgi verir misiniz?

1995 yılında Doruk Tekstil Aksesuar olarak başladığı serüvenimiz tekstil aksesuarları satışı ve ihracatçılarla çalışmalarımız ile Merter’de uzun yıllar devam etti. Gerek ihracatçıları gerekse iç piyasa müşterilerimiz ile 2012 yılına kadar yoğun ticaretimiz oldu. Binlerce müşteri ile güvenilir ve saygın ticaretimiz oldu. 2012 yılı itibarıyla personel kıyafeti ve ekipmanları üretim ve tedarik işine de girdik ve sektörün zamanında ve kaliteli ürünler yapan firmalarından biri olduk. Ürün kalitesini önemsedik firma itibarını yansıtan güzel ve kaliteli ürünler yaptık. Hala yapmaktayız. Bizim için termin, acil ve en erken ürün teslim edebilecek şekilde hazır olmak demektir. Hazırda binlerce adet üst grup ve alt grup ürün

“Tamamen naturel ürünler üreteceğiz”

“1995 yılından beri işveren olarak gördüğüm şu ki, insanlar daha az iş yükü daha çok konfor istiyor. Kızım, Hollanda’da eğitimini bu yıl tamamlayacak. Geri dönerse işimiz daha kolay olur. Oğlum Doruk ile yapmak istediğimiz şey, ürünlerimizi üretip depolayıp siparişlerimizi sitelerimizden alıp kargo ile ahıcılara önce Türkiye’de, sonra dünyaya ulaştırmak. Bu sistemi oturtmaya çalışıyoruz. Yeni çıkaracağımız ürün markamız ‘SUVERA’ bu amaç için çok önemli. Tamamen natürel, organik ve hiçbir zararlı kimyasal kullanılmadan üretilcek cilt bakım krem ve serumları. Başka ürünlerimizde olacak ama hepsi doğal ve katkısız olacak. İnsanımız bunu hak ediyor.”



olarak depomuzda mevcut olup firma logo ve ismiyle ister baskı ister nakış hemen teslim edilecek şekilde organize olarak müşterimizin siparişini beklemekte. Adet sınırı olmaksızın çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz.

Kimlere çalışıyorsunuz?

2019 yılı pandemi öncesi Yemeksepeti

tedarikçisi olarak çok yoğun bir dönem yaşadık. Banabi ve şimdiki ismiyle Yemeksepeti market ürünlerinin neredeyse tamamını biz Doruklara olarak tedarik ettik. Personel kıyafetlerinden hediyelik promosyon ürünlerine, bez çanta kraft çanta poşet atlet poşet ve tüm ihtiyaçları, hızlı ve doğru fiyatlamaya ile çok büyük hacimli işler yaptık, hala yapıyoruz. 2022 yılında kongre üyesi olmaktan şeref duyduğum Fenerbahçe spor kulübü ile lisans anlaşması yaptık ve lisansiyesi olduk. Hala Fenerium’ların hediyelik ürünlerinin lisansiyesi olarak üretim yapmaya ve Fenerium’larda vermeye devam ediyoruz. Cumhuriyetimizin 100’üncü yılında çok sevdiğimiz ve değer verdiğimiz sevgili Yıldırım Mayruk ustamızın adını ölümsüzleştirmek için adına parfüm ve Home Frangrance ürünleri yapıp satışa sunduk. Eşsiz moda, sanat, kreatif bilgi ve maharetlerini gelecek nesillere aktarmak adına ürünler hazırladık. Temsil hakkını da uzun yıllar Doruklara A.Ş.’ye teslim etti. İnşallah çocuklarımız da bu çok değerli ve seçkin markanın temsilcileri

A.NADİR BULUT



olacaklar. Bu gururda ailemiz adına paha biçilmez bir değer. Şimdi hem Fenerbahçe hem Yıldırım Mayruk ürünlerimiz e-ticaret sitelerimizden (doruklara.com) (yildirimmayruk.com) üzerinden satışa sunulmakta.

Faaliyet alanlarınız neler? Ürün ve hizmetleriniz hangileri?

Tekstil sektörü, kuruluşumuzdan itibaren

ana faaliyet alanımız olmuştur. İlk sırada personel kıyafetleri yer almakla birlikte, kuvvetli bir tedarikçi olduğumuz için önemli sarf malzemeler arasında poşet çanta, bez çanta, kraft çanta ve oluklu mukavva koli de bulunmaktadır. Özel siparişlerde çok yaratıcı ve yenilikçi çalışmalar yapabilmekteyiz. Kozmetik ve hediyeelik ürünler iş kolumuzu genişleterek e-ti-

caret ayağımızı güçlendirdi. Bu alanda olmak zorundaydık ve yaklaşık 2 yıldır faaliyetlerimiz devam ediyor; hızla yeni ürünler ekleyerek büyümeye devam edeceğiz. Özetleyecek olursak: personel kıyafetleri ve özel siparişler, müşterilerimizin ihtiyacına yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri ve ev kokuları, hediyeelik ve promosyon ürünleri faaliyet alanlarımızı oluşturuyor.

2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?

Şu an büyüme hedefimiz, ekonominin düzelmesi ile doğru orantılı olarak yazlık ve kışkık personel kıyafetleriyle Yıldırım Mayruk ürünlerini geliştirip üretim faaliyetlerini artırmak. Tüm sektörler sıkışık bir dönemde; mevcut durumu koruyup ayakta kalmak en önemlisi. Çok kötü zamanlar geçirdik, ancak bunu da aşacak güçte ve kabiliyeteyiz. Her zaman bir çıkış yolu vardır, sadece onu bulmak zaman alır. Biz, temsil ettiğimiz markalara ve kendimize güveniyoruz.

Çalışan sayınız ve yıllık üretim kapasiteniz nedir?

Anonim şirket olarak kompakt bir çalışan sayımız var. Aile şirketi olmamız, bunun en büyük avantajı; yani kendi işimizi kendimiz yapıyoruz diyebiliriz. Ancak, bize iş yapan ve iş birliği yaptığımız ekip oldukça kalabalık, son derece etkin, yaratıcı ve cansiperane. Başarılarımızın sırrı da burada: uzun yıllar her türlü güçlüğü birlikte aşma ve sorun çözme becerisi. Ekip ruhu diyebiliriz.

İhracat hedefleriniz var mı, varsa hedef pazarlarınız hangileri?

E-ihracat siteleri üzerinden çalışmalarımız devam ediyor. Hedefimiz ABD ve Avrupa ülkeleri. Bu pazarlara ulaşmak için kapsamlı bir strateji oluşturduk. Kısa zamanda hedeflerimize ulaşacağımızı düşünüyorum.

Pandemi sonrasında tüketicilerin tercihlerinde bir değişiklik gözlemlediniz mi?

E-ticaret büyük bir yükselişe geçti, tüketim kalemleri değişti, dijital dünya vazgeçilmezimiz oldu. Yeme içme kültürü bile değişti; insanlar az enerji ile çok kazanmak istiyor ve Türkiye'de yaşam şartları çok zorlaştı. Geçim sıkıntısı hiç bu kadar zor olmamıştı. Normalleşme için yöneticilerimizin yeni yöntemler geliştirmesi gerekli. Büyük bir seferberlik, Cumhuriyetimizin ilk yıllarında olduğu gibi, bizi kurtaracak tek çözüm.

Yerel üreticiler ile tüketicileri buluşturuyor

Türkiye'nin hemen hemen her bölgesindeki kadın kooperatifleri ve yerel üreticilerin ürünleri tüketicilerle buluşturan AnatoliaBazaars.Com'un kurucu ortağı Kemal Çolak, "350 üreticinin özel seçki 499 ürünü satışta. Bu sayıyı 2025'in ilk altı ayında 999'a çıkarmayı planlıyoruz" diyor.

AnatoliaBazaars.Com; kurumsal hayatta 25 yılı aşkın bir tecrübeye sahip olan yönetim ekibi ile Türkiye'de organik sektöründeki ilk projelere imza atan bir ekibin ortak aklının ürünü... Temelleri 2023 yılı ortalarında atılan ve Mart 2024'de faaliyete başlayan AnatoliaBazaars.Com; gastronomiden kişisel bakıma, el sanatlarından dekorasyona kadar pek çok ürünün satıldığı bir pazaryeri platformu. Türkiye'nin hemen hemen her bölgesindeki kadın kooperatifleri ve yerel üreticilerin ürünlerinin doğrudan tüketicilerin adreslerine teslim edilmesini sağladıklarını belirten platform kurucu ortağı Kemal Çolak, "Web sitemizde 350 üreticinin özel seçki 499 ürünü sergileniyor. Bu sayıyı 2025'in ilk altı ayında 999'a çıkarmayı planlıyoruz. Geleneksel, iyi tarım ve organik üretim yöntemlerini tercih eden, bütünlük bir bakış açısıyla, kimyasal gübre ve zararlı pestisitlerden uzak duran üreticiler ile çalışıyoruz" diyor.

350 çözüm ortağı var

AnatoliaBazaars.Com ailesi olarak sürdürülebilirlik ve adil ticaret ilkelerine büyük önem verdiklerine dikkat çeken Çolak, "Gıda ürünleri, doğal, iyi tarım ve organik kaynaklardan elde edilmiş olup, sağlıklı yaşamı destekleyen seçenekler sunuyor. Müşterilerimiz, sağlıklı ve güvenilir ürünlere kolay erişme imkanının yanı sıra, kadın kooperatifleri, genç girişimci ve yerel üreticilerin desteklendiği bir ticaret ekosistemine de



katkıda bulunuyorlar. Tüm bölgelerden 30'u aşkın kadın kooperatifi ile doğrudan, 22 tanesi ile de proje bazlı iş birliklerimiz mevcut. Genç ve yerel üreticileri de dahil ettiğimizde 350 kadar çözüm ortağı ile çalışıyoruz" diye anlatıyor.

Bir çatı platformu

AnatoliaBazaars.Com, tüm kadın kooperatifleri ve duyarlı üreticilerin yöresel ürün, lezzet ve coğrafi işaretli mamullerini

doğrudan kendi markaları ile satışa sunabilecekleri bir çatı platformu. Üretici ve tedarikçilerinden herhangi bir komisyon veya hizmet bedeli, kargo masrafı, ödeme altyapısı, tanıtım bedeli almadıklarının altını çizen Çolak, şöyle devam ediyor: "Tüm bu maliyetleri üstlenmemizin yanı sıra, kadın kooperatifi ve üreticilerimize pazarlama, finans, sigorta, hukuk, marka tescil ve faur organizasyonları konularında ayrıca destekler sunuyoruz. Platformumuza katılan üreticilerin işi çok yalın; bildirilen siparişleri, kargoda kırılma, akma olmayacak şekilde sağlam bir ambalaj ile kargo firmasına teslim etmeleri yeterli. 'Dropshipping' olarak ifade edilen; ürünü kendi stoğumuza almadan, kaynağından doğrudan son tüketiciye ulaştırılan model ile çalışıyoruz. Kargo masrafı dahil, devamındaki tüm takip, kontrol sürecini biz yönetiyoruz."

Çolak, "Kadın kooperatifleri tarafından AnatoliaBazaars.Com için özel olarak hazırlanan kurumsal hediye paketleri ile iş dünyasına kadın emeğinden yana taze bir soluk getirdik" dedi.

"Destek misyonumuzu yaygınlaştıracacağız"

"Yakın dönemde ÇYDD, KEDEV, TEV ve LÖSEV gibi sivil toplum kuruluşlarımız ile işbirlikleri geliştirerek, destek sağlama misyonumuzu yaygınlaştıracacağız. Müşterilerimiz ister hazır paketlerimizden, isterlerse 499 ürün içinden yapacakları seçkileri bir hediye-destek kolisinde birleştirebiliyor. Bu kolileri onlar adına öğrenci, emekli, kadın ve/veya bildirecekleri kurum ve kuruluşların adreslerine teslim edebiliyoruz. Teslimat bilgisi ve geri bildirimleri web sayfamız üzerinden takip edebiliyorlar."

Novus, 1,5 milyon dolar yatırım aldı

Yapay zekâda öncü kurumlardan biri olmayı hedefleyen İstanbul ve Boston merkezli yapay zekâ girişimi Novus, tohum yatırım turunda 1,5 milyon dolar yatırım aldı. Vestel Geleceğe Etki Fonu liderliğindeki turda, Sabancı Ventures, Inveo Ventures, DeBa ve uluslararası fonların katılımıyla şirket, 14 milyon dolarlık bir değerlemeye ulaştı.

Novus, öncesinde NVIDIA Inception, 2022 yılında MIT Sandbox, Google for Startups ve North America programlarından başarıyla mezun olarak, aynı yıl Startup Wise Guys'tan 5 milyon dolar değerlemeye önemli bir yatırım daha aldı. Yeni yatırım turu ile yapay zekâ alanındaki liderliğini pekiştiren Novus, yapay zekâ çözümlerini daha geniş bir kitleye sunma ve teknolojik inovasyonlarını ileriye taşıma hedeflerine doğru büyük bir adım attı.

Novus Kurucu Ortağı ve CRO'su Vorga Can yeni yatırımla ilgili, "Türkiye'de yatırımcılar ve iş ortaklarıyla yürütülen iş birliği süreçlerinin, DOT ürünümüzün ülke genelinde yaygınlaştırılmasına önemli katkı sağlayacağına inanıyoruz. Ayrıca, BIST50 seviyesindeki kurumsal şirketlere yönelik on-prem çözümler sunmaya devam edeceğiz. DOT ile SaaS modelimiz üzerinden KOBİ'lere ve startup'lara da yenilikçi teknolojiler sunmayı hedefliyoruz. Bu yeni fonlama turu, şirketimizin sürdürülebilir büyüme ve yenilikçilik yolundaki ilerlemesini simgeliyor" şeklinde konuştu.

Yapay zekâ ajanları arasındaki iletişimi mümkün kılıyor

Bu yeni fonlamayla birlikte, yeni yapay zekâ ürünü DOT'u piyasaya süreceklerini belirten Novus Kurucu Ortağı ve CEO'su Rıza Egehan Asad, "DOT, işletmelerin büyük dil

İstanbul ve Boston merkezli yapay zekâ girişimi Novus, tohum yatırım turunda 1,5 milyon dolar yatırım aldı. Şirket böylelikle, 14 milyon dolarlık bir değerlemeye ulaştı.

Türk yapay zekâ sektörünün öncüsü

Novus, on-premise ve hybrid çözümleriyle Fransa, İtalya ve Almanya'da başladığı yurt dışı pazarlarına açılma çalışmalarını genişleterek, ABD'de, özellikle East Coast bölgesinde 2025'in ikinci yarısında operasyonlarını yoğunlaştırmayı planlıyor. Türk yapay zekâ sektörünün öncüsü olarak, Türkiye'nin yapay zekâ alanında dünya çapında tanınan bir ülke olmasını hedefleyen Novus, etik yapay zekâ teknolojilerini herkes için ulaşılabilir kılmak ve bu alandaki araştırmalarını sürdürerek çalışmalarına devam edecek.



modellerinin tam potansiyelini kullanmalarını sağlayacak şekilde tasarlanmış, gelişmiş bir AI platformu. Yapay zekâ ajanları arasındaki iletişimi mümkün kılarak, kullanıcıların kodlama yapmadan yeni ajanlar oluşturmalarına olanak tanıyan DOT, işletmelerin ve

rimliliğini arttıracak ve daha akıllı iş süreçleri geliştirecek bir yapı sunuyor. 100'den fazla yapay zekâ ajanı ve modeli barındıran ve ajanlar arası iletişimi mümkün kılan bu platformu, global pazarda duyurmayı hedefliyoruz" dedi.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

KURUMSAL BEYİNİ YENİDEN ŞEKİLLENDİRMEK: BİR ÖRNEK VE TEMEL AKSİYONLAR

Tarih zaman zaman tekerrürden ibaret... Kurumsal iç iletişim süreçler oldukça değişken ve kırılabilir. Tüm süreçler artık oturdu derken benzer sorun alanları tekrarlayabiliyor. Gittikçe tekrara binmiş konular iyice göze çarpmaya başladıysa bu defa daha derinlemesine çalışmalar yürüterek “kurumsal beyni” yeniden şekillendirmek gerekebiliyor.

Geçtiğimiz aylarda şirketlerde kurumsal iç iletişim konularını ele almıştık fakat bu konu ile ilgili o kadar çok soru alıyorum ki daha evvel üzerinden geçmiş olduğumuz başlıklara ve içeriklere bir örnek olay üzerinden yeniden bakalım ve hatırlayalım isterim.

Yurt içi ve yurt dışı satışları olan bir üretim firması hızlı büyüme trendine girmesine rağmen istikrarlı bir biçimde iyi hizmet anlayışını korumakta güçlük çekmektedir. Üst yönetim ekibinin ilk tespiti, müşteri yönetimi süreçlerini iyileştiremedikleri sürece büyümenin tutarlılık ve devamlılık arz etmeyeceğini öngörürler. Şirketin yönetim, çalışanlar, tedarikçiler ve müşterilerin de dahil olduğu ana paydaşlarla yapılan görüşmelerde şirketin karşı karşıya kaldığı temel problemin iç iletişim stratejisinin olmadığı ve pek çok şeyin el yordamıyla yapıldığı konusu netleşir. Bu

sebepten dolayı artan işler, artan maliyetler, net olmayan beklentiler ve müşterilerle yaşanan iletişim çatışmaları şirketin yönetim süreçlerinin gündemini meşgul etmeye başlar.

Müşteri, tedarikçi ve paydaş memnuniyeti odaklı çalışmaların, satış tutundurma faaliyetlerinin, kurum içi ve kurum dışı etkinliklerin, bayi toplantıları, bayi gezileri gibi sayısız kurumsal iletişim ve pazarlama iletişimi çalışmalarının süreci yönetmekte yetersiz kaldığı aşikâr. Nokta atışlı bu tür çalışmaların resmin bütününe iyileştirmekte çok da başarılı olmadığını görüyoruz. Kısa dönemli etkileri hissedilebilir elbette, ancak kalıcı sonuçlar elde etmek çok da mümkün değil.

İletişim, insanın biyolojik, psikolojik ve toplumsal varlığını üretebilmesinin, geliştirebilmesinin zorunlu koşulu olan düşünsel ve ilişkisel faaliyetlerinin bütünüdür.

O halde, yukarıda yer alan örnek olaydan hareketle kurumsal beyni ve içi iletişim süreçlerini güçlendirmeye yönelik atacağımız adımların neler olabileceğine bir bakalım:

1. Adım: İletişim Bireysel Varoluşla Başlayan ve

Kurumsal Boyuta Taşınan Organik Bir Bağa Sahiptir. Dolayısıyla, kurumsallaşma süreci ve yaklaşımları kapsamında belirli kurallar dizgesini belirli çerçevelere oturtup bu şablona uygun aksiyonların alınması konusundaki ısrarcılık sorunlara kaynak oluşturuyor olabilir. Şirketin içsel çevresinin neler olduğunun analiz edin. İçsel çevre şirketin biyolojik/ fiziksel yapısıdır (DNA yapısı, hücre, doku, organ, organ sistemleri). Şirketin DNA’sı olarak kurucularının/CEO’ların/ yöneticilerinin vizyonunu, değerlerini, hedeflerini vb. içerdiğini düşünelim. DNA yapısının yaşamsal hareketliliği için hücrelere, hücrelerin bir araya gelip dokulara, dokuların oluşturduğu organlara ve nihayetinde bir organ sistemine ihtiyacı var. Şirketin DNA’sı da çalışanlara, çalışanlardan meydana gelen ekiplere, ekiplerden meydana gelen departmanlara ve departmanlardan meydana gelen bir şirket sistemine ihtiyaçları bulunuyor. Bu bütünlük/sistem kendi içinde nasıl iletişime geçiyor? Gözden geçirmekte fayda var.

2. Adım: Bir önceki maddede bahsedilen sistem tıpkı insan fizyolojisinde olduğu gibi büyük çoğunlukla kendi kendini ayarlayarak/



düzenleyerek (homoestasis sistem gibi) sürdüren bir yapıdır. Bu sistem kendi aralarında nasıl iletişime geçer? Bu iletişimi düzenleyen sinir sistemi ve endokrin/salgi sistemidir. Sinir sisteminde enformasyon (uyaran) kimyasal ileticiler ile ve endokrin sisteminde ise hormon salgılarıyla (nöron denen sinir hücreleri içinde ve arasında) taşınır. Merkezi sinir sistemi (beyin ve omurilik) duyuşal data analizi yapar, sinir uyarınları üretir ve dağıtır. Merkezi Sinir Sistemi sempatik (sympathetic) korku, panik, heyecan anlarında, parasempatik (parasympathetic) sinir sistemi ise rahatlatma anlarında devreye girer. Buradan hareketle değeriendirirsek şirket içinde çalışanların, ekiplerin-yöneticiler dahil-düşünce ve duyguları belirli salınımlarda ilerler. Huzurlu, rahat, dingin, anlaşıldığının hissedildiği ve anlamaya daha çok zaman ayrıldığı bir şirket ekosistemi ortaya koymak, korkunun, paniğin minimize edildiği bir iş yeri ortamı oluşturmak işte bu yüzden son derece önemli.

3. Adım: Çalışanların gereksinimler ve doyumlar üzerine algılarını iyi okumak ve bu verileri doğru anlamlandırmak gerekir.

4. Adım: İletişimin Latince karşılığı olan “cum”(com) ve “munico” ile birlik anlamına gelen “unio” (Latince’de “union”) kelimesidir. Dolayısıyla, communication kavramı, “ile birleşme” veya “ile beraberlik” anlamlarına gelmektedir. Bu nedenle, iletişim ortaklık, beraberlik, anlaşma, paylaşma, bağ kurarak paylaşma, ortaklaşma” gibi anlamlar taşımaktadır. Bu bağlamdan bakıldığında “kurumsallaşma” bir çok şirkette içselleştirilemeyen sistemlerden oluşurken, “kurumdaşlık” tam da iletişimle entegre giden bir yaklaşımı meydana getirir. Bu sebepten “kurumdaş” olmaya daha çok önem verilmeli ve çaba gösterilmelidir.

5. Adım: Şirket içi iletişim akışının nasıl olduğu tek tek parçalar halinde ele alınmalı ve değeriendirilmeli. Şöyle ki; Gönderici kim? Mesajın muhatabı/alıcısı kim olacak? Mesajı iletmek istemenin

amacı ne? Mesaj içeriğinde ne var? Mesajın iletildiği alan, mekan,yer, platform neresi vb.?, Mesaj ne zaman iletiliyor?, Mesajın söylem dili/üşlubu nasıl? (kodlama-kod çözme)

6. Adım: Mesajı gönderenin zihninde oluşturduğu bilgi, düşünce ve duyguların karşı tarafa iletilmesinde kullandığı görseller, simgeler, kelimeler, işaretler, beden dili vb. kısacası kodların neler olduğu ve nasıl bir kodlama yaptığına bakmak yerinde olur.

7. Adım: Mesajı alanların bu kodlanarak gelen mesajın aslı gibi veya ona en yakın şekilde algılayıp algılamadıkları, algılanmıyorsa nasıl algılanmış olabileceği üzerinde özenle çalışılmalı (kod çözme).

Kodlama/kod çözme, özellikle iç iletişimin kalitesini en çok etkileyen faktörlerin başında gelir.

Şirket içinde ve çalışanlar arasında anlaşmazlıkların büyük kısmı hatalı kodlama veya kodu çözememe gibi faktörlere dayandığını görmekteyiz. Kodlanan mesaj ile kod çözülerek elde edilen mesaj her zaman aynı olmaz. Zamanlama, ihtiyaçlar, psikolojik durum ve geçmiş yaşantının kattığı deneyimler süreci farklılaştırabilir. Böylelikle yazılından ya da söylenenden yazılanın ya da söyleyenin kastettiğinden başka anlamlar çıkartılabilir.

8. Adım: Tüm bu süreçlerin steril, gürültüsüz bir ortamda oluşup oluşmadığı da son derece önemlidir. Steril ve gürültüden kastımız fiziksel, fizyo-nörolojik, psikolojik ve kültürel kaynaklı etmenlerin neler olduğu ile ilgilidir. Bizi engelleyen etmenleri/olası gürültüleri tespit etmek gerekir.



Dr. Cem Ener

Uluslararası
Final Üniversitesi



YENİ EKONOMİ 2.0

WALMART TÜRKİYE TEDARİK OFİSİ ÜZERİNDEN ABD PAZARINA GİRİŞ FIRSATI

Ekim ayının son günlerinde yerli basında çıkan haberlere göre, Walmart Türkiye'den yapmakta olduğu tedariki fazlasıyla artırmak üzere harekete geçmiş ve bir stratejik uygulama planı devreye almış. Bu plan doğrultusunda ilk olarak Türkiye'de yerel bir tedarik ofisi kurulacak. Bu ne anlama geliyor? Bence, Walmart okyanus ötesinden üreticilerimizle iletişim kurmaya çalışmak yerine adeta bir 'kol mesafesinde' olmak için bu yolu seçmiş görünüyor. Bu haberi duyan yerli üreticilerimizin daha şimdiden ABD pazarına giriş konusunda büyük bir heyecan duymaya başladığını ve "Walmart'a nasıl satış yapılır?" sorusuna cevap aradıklarını gözlemliyorum. Bu yazımda öncelikle kısaca Walmart'ı tanıtacağım, ardından "Walmart tedarikçisi nasıl olunur?", "Hangi hususlara dikkat etmek gerekir?" gibi sorulara yanıt arayacağım.

Nasıl Walmart tedarikçisi olunur?

Walmart 1962 yılında Sam Walton tarafından kurulmuş, günümüzde ABD'nin en büyük perakende zinciri konumuna gelmiş olan şirkettir. Yıllık cirosu 650 milyar dolar civarındadır. Yanlış okumadınız; Türkiye GSMH'sinin yarısı kadar bir

ekonomik büyüklüğü temsil eden bir şirketten bahsediyoruz. ABD genelinde yaklaşık 5.000 mağazası bulunan Walmart, her hafta on milyonlarca müşteriye doğrudan erişmekte ve büyük bir müşteri tabanını elinde bulundurmaktadır. Yalnızca fiziksel mağazaları ile değil, aynı zamanda Walmart.com üzerinden sunduğu çevrimiçi alışveriş hizmetleri ile de ABD perakende sektöründe dijital bir dev haline gelmiştir. Walmart'ın pazar payı, rekabet gücü ve düşük maliyet stratejisi, Amerikan tüketiciler arasında geniş bir cazibe yaratmaktadır. ABD'deki birçok tüketici, Walmart'ı uygun fiyatlı, çeşitli ve kaliteli ürünlerin adresi olarak görmektedir. Bu durum, Walmart'ı sadece ABD içindeki üreticiler için değil, uluslararası üreticiler için de cazip bir iş ortağı haline getirmektedir. Kısacası, Türkiye'den bir üreticinin Walmart ile çalışması, Amerika'nın her köşesine erişim sağlaması anlamına gelmektedir.

Henüz Walmart Türkiye ofisinin çalışma prensipleri açıklanmadığı için, şu anda Walmart'ın standart prosedürlerini incelemekle yetinmeliyiz. Walmart'a tedarikçi olmak için öncelikle Walmart'ın tedarikçi adayları için oluşturduğu çevrimiçi platform üzerinden başvuru yapılması gerekmektedir.

Walmart, hem yerel hem de uluslararası üreticilerle çalıştığı için başvuru süreci, ürünlerin değerlendirilmesinden tedarik zinciri yönetimine kadar kapsamlı bir incelemeyi kapsar. Tedarikçi adayları, Walmart'ın "Supplier Center" olarak adlandırılan çevrimiçi başvuru platformuna kayıt olarak süreci başlatabilir. Kayıt esnasında, işletme bilgileri, ürün portföyü, sahip olunan sertifikalar ve firmanın yasal durumu gibi detaylı bilgiler talep edilmektedir. Sertifikalar konusu bu noktada büyük önem arz etmektedir.

Üretiminiz hangi kategoride ise, o kategoride küresel ölçekte kabul görmüş akreditasyon/sertifikasyon süreçlerini tamamlamış olmanız gerekmektedir. Web'de bu konuda daha detaylı arama yapmanızı tavsiye ediyorum. Zira konu paketli gıdalar için farklı, tekstil için farklı, elektronik için farklı çerçevede ele alınmaktadır ve her birini detaylarıyla bu yazıya sığdırmak mümkün değildir. ABD'de Walmart potansiyel tedarikçiler ile yüz yüze buluşmak için "Open Call" şeklinde isimlendirdiği etkinlikler düzenlemektedir. Tahminim odur ki, Türkiye tedarik ofisi de gerçek anlamda faaliyete geçtiğinde benzer etkinlikler de Türkiye'nin önemli şehirlerinde



gerçekleştirilecek ve üreticiler Walmart ekibiyle yüz yüze tanışma ve ürünlerini sunma imkanı elde edebilecektir.

Hızlı teslimat ve yüksek lojistik

Walmart'ın geniş müşteri kitlesine yönelik talebi karşılamak için tedarikçilerin üretim kapasitesi oldukça önemlidir. Walmart ile çalışmak, hızlı teslimat ve yüksek lojistik performansı gerektirir. Adayların, talep dalgalanmalarına yanıt verebilme esnekliğine sahip olması tercih edilir. Bu bakımdan seri ve kesintisiz üretim yapabilen, gerektiğinde yüksek miktarda stok biriktirebilen büyük işletmelerin KOBİ'lere kıyasla daha avantajlı olduğunu ifade etmek gerekir. Diğer yandan Walmart, çevre dostu ve sosyal sorumluluk odaklı bir iş yaklaşımına sahiptir. Tedarikçilerinin de çevresel etkileri minimize eden, sürdürülebilir üretim politikaları uygulayan firmalar olması tercih edilir.

Bu bakımdan ekoloji dostu üretim sertifikalarına sahip olan tedarikçiler avantajlı konumda olacaktır.

Son olarak Walmart'a halihazırda mal satan veya mal satmak için sırada bekleyen rakipleri de ele alalım. Neticede Walmart tüm dünyadan tedarik yapıyor ve Türkiye'ye gelirken bize bayıldığı için değil, bizlere 'iyi alternatifler' arasında yer vermek için geliyor. Öncelikle Walmart'ın tedarik yaptığı başlıca ülkeleri listeleyelim; bu ülkeler Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş, Endonezya, Meksika, Brezilya ve bazı Avrupa ülkeleridir.

Rakip ülkeler hangileri?

Çin Walmart'ın en büyük tedarikçisidir. Çin'den elektronik, oyuncak, giyim, ev eşyaları, küçük ev aletleri gibi birçok kategoride ürün tedarik edilmektedir. Hindistan, özellikle tekstil ve hazır giyim ürünlerinde

Walmart'ın önemli bir tedarikçisi konumundadır. Vietnam ve Bangladeş de Walmart için giyim ve tekstil ürünlerinde önemli tedarikçi ülkelerdendir. Meksika, gıda ve tarım ürünleri başta olmak üzere çeşitli ürün kategorilerinde Walmart'a tedarik sağlamaktadır.

Walmart'ın Meksika ve diğer Latin Amerika ülkelerinden tedarik yapmasının bir nedeni de lojistik açıdan yakınlık ve hızlı tedarik imkanıdır. Endonezya ve Filipinler Walmart'a elektronik, tekstil ve bazı gıda ürünleri sağlamaktadır. Söz konusu ülkelerdeki mevcut piyasa oyuncularının kimler olduğunu, hangi ürünleri hangi fiyat seviyelerinde pazara sunduklarını iyi araştırmış olmanız, Walmart değerlendirme süreçlerine başladığınız ilk aşamalarda hızlı bir şekilde elenmenizi engelleyecek ve süreçlerden başarıyla geçme ihtimalinizi belirgin ölçüde artıracaktır.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

11 Kasım Pazartesi

- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Temmuz 2024 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 16-31 Ekim 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 16-31 Ekim 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

15 Kasım Cuma

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

18 Kasım Pazartesi

- 2024 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2024 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2024 III. Geçici Vergi Dönemine (Temmuz-Ağustos-Eylül) Ait Kurum Geçici Vergi Beyannamesi Ekinde Kurumlar Vergisi Mükellefleri Tarafından Gerçek Faydalanıcıya İlişkin Bildirim Formunun Verilmesi

20 Kasım Çarşamba

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

25 Kasım Pazartesi

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

26 Kasım Salı

- Ekim 2024 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ekim 2024 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ekim 2024 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

28 Kasım Perşembe

- Ekim 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi