

KOBİ'LERDE BAĞIMSIZ DENETİM DÜZENLEMELERİ

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

ARALIK 2022

YEŞİL GİRİŞİMCİLİK

YEŞİL
TEKNOLOJİ
TRENDLERİ

ÖNE ÇIKAN
SEKTÖRLER
HANGİLERİ?

RİSKLER VE
FIRSATLAR
NELER?

"İHRACATTA SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK" BULUŞMALARI
GÜNEY KORE'NİN BAŞKENTİNDE SHOWROOM AÇACAK
"KOBİ'LER SİBER GÜVENLİK STRATEJİSİ GELİŞTİRMELİ"

Türkiye'nin kadın girişimcileriyle geleceğe iyi bakıyoruz.

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

garantibbvakadingirisimci.com



**KADIN
GİRİŞİMCİ**





Geleceğin rengi 'yeşil' olacak

Merhaba sevgili KOBİ Girişim okurları,
Bu köşeden yıllar içerisinde pek çok kez Türkiye'nin kalkınması için, sürdürülebilir, refah içinde bir ülke olması için çevreyle dost, tüm canlıların hayatlarını önceleyen üretim teknolojilerinin kullanılmasının önemine vurgu yaptık. Gerek pandemi dönemindeki kısıtlar gerekse Rusya'nın Ukrayna'yı işgali sonrasında küresel ölçekte ortaya çıkan enerji ve gıda tedarik sorunları, en gelişmiş ekonomiler için bile kabusla dönüştü.

Yaklaşık son 200 yıldır çevreyi yok etmek pahasına, toprağı ve suyu zehirlemek, gezegendeki oksijeni tüketmek pahasına girilen 'üretim-kalkınma-zenginleşme' mücadelesi, artık dünyamızı sonsuza kadar değiştirebilecek bir iklim krizi ile baş başa bırakmış durumda.

Şu anda yeryüzünde yaşayan tüm jenerasyonlar, çocukları için, çocuklarının çocukları için hayati bir inisiyatif alıp iklim krizine çare bulacak yeni teknolojiler, üretim ve tüketim biçimleri geliştirmek zorunda. Sanıyorum ki, yaşam süremiz boyunca bize düşen en büyük sorumluluk budur.

Kısaca 'yeşil dönüşüm' diyebileceğimiz bu devrimsel süreci oturtmak ve sağlamlaştırmak hiç kolay değil. Tam Paris İklim Anlaşması ve Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde küresel bir irade oluşmaya başlamışken patlak veren Rusya-Ukrayna krizi, pek çok ülkeyi yeniden fosil yakıtlar ile enerji üretimine yönlendirmiş durumda.

Değişim bugünden yarına olmuyor. Geleceğin rengi mutlaka 'yeşil' olacak ve bunun için devletler, şirketler, tüketiciler el ele mücadele etmek zorunda.

Bu görüşten hareketle sizlere sık sık 'yeşil girişimcilik' dosyaları hazırlamaya, yeşil üretim yapan, yeşil teknolojiler üzerinde çalışan şirket ve girişimcileri tanıtmaya çalışıyoruz. Bu alandaki her çabayı çok kıymetli görüyoruz.

Bu sayımızda da yine dünyadan ve Türkiye'den örneklerle yeşil teknolojileri ve yeşil girişimleri mercek altına aldık, dev sektörlerin 'yeşil dönüşüm' planlarını ortaya koyduk. İlgili okuyacağınızı umuyorum.

Sağlıkla kalın.

Ekonomist EKONOMİ, İŞ VE FİNANS HABER DERGİSİ**KOBİ GİRİŞİM**YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayın 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 Çayçoşar

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

SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
MARKA MÜDÜRÜ Nihal Ayan
Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0212 336 53 90
ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen Tel: 0312 577 31 56
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
SAATİŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kuruçu
ETKİNLİK VE PROJE DİREKTÖRÜ Ali Erman İleri
DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ Eren Demir
REKLAM GRU B AŞKANI Nisa Arslan Ertin Çokça

REKLAM GRU B AŞKAN YRD.
Seda Erdoğan Dal - Isıl Baysan Turan
REKLAM SAATİŞ KOORDİNATÖRÜ
Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SAATİŞ MÜDÜRÜ
Maya Yılmaz - Müvret Yılmaz
BÖLGELE SAATİŞ MÜDÜRÜ Hülya Erdoğan
Tel: 0212 336 53 72 Faks: 0212 336 53 91
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0212 336 53 61 - 62

REZERVASYON
Tel: 0212 336 53 00 / 57 / 59
Faks: 0212 336 53 92 / 93

HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ
Aysel Şener
Tel: 0212 336 53 70 Faks: 0212 336 53 91

ANKARA REKLAM SAATİŞ KOORDİNATÖRÜ
Sezinur Balıkcıoğlu
ANKARA REKLAM SAATİŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balibey
Tel: 0 312 577 31 56

YÖNETİM YERİ
Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21
34387 Şişli İstanbul
Tel: 0212 410 32 00 Faks: 0212 410 35 81

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

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık

FİPP üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300

ÇALIŞMA SAATLERİ

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

İÇİNDEKİLER



Hemen hemen her sektörde yeşil girişimler giderek yaygınlaşıyor. Türkiye’de de son yıllarda birbirinden ilginç ve çevreye duyarlı girişim fikri ticarileşmek için gün sayıyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı’na uyum kapsamında gerçekleşen yeşil dönüşüm, özellikle yeşil teknolojilerin kullanım alanlarını da çeşitlendiriyor. Uzmanlar, Türkiye ekonomisinin belkemiğini oluşturan KOBİ’lerin küresel pazarlardaki rekabet gücünü artırmak ve daha yaşanılabilir bir dünya için, yeşil teknolojileri kullanarak sürdürülebilir bir üretim modeline geçiş yapmasının önemini vurguluyorlar.



Yeni nesil içerik platformu Accessland.live birinci yılında globale açıldı. Accessland.live Kurucusu Nihal Temur Ocak, “Platformumuzu hayata geçirirken bir pazar yerinden çok bir akım yaratma hedefi ile yola çıktık. Türkiye’den başlayıp bütün dünyaya yayılmasını hedeflediğimiz bir akım” diyor.



Aydın’da sanayicilik yapan Yorgun ailesi, 2021 yılında 20 milyon TL yatırımla zeytinyağı işine girdi. Niz Olive markasıyla zeytinyağında butik üretim yaparak farklılaşmayı hedefleyen aile, hem yurtiçinde hem yurtdışında büyümeyi hedefliyor.

05 “İhracatta Sürdürülebilir Gelecek” buluşmaları

06 KOBİ Gündemi

08 **KAPAK KONUSU**

Yeşil girişim rüzgarı

12 **GARANTİ BBVA PARTNERS:**
“Beş yılda 50 kat büyüme hedefliyoruz”

14 “Bir akım yaratma hedefi ile yola çıktık”

16 Kadın girişimcilere önemli destek

18 Oteller Elektraweb ile bulut’a ulaştı

20 “KOBİ’ler siber güvenlik stratejisi geliştirmeli”

22 Güney Kore’nin başkentinde showroom açacak

23 İki yılda 25 milyar TL hacme ulaştı

24 Epilepsi hastaları için erken uyarı sistemi

26 “Anadolu kadınının ürünleri dünyaya ulaşıyor”

28 Zeytinyağı işinde markalaşarak büyüyecek

30 Mikromobilité pazarına hızlı giriş yaptı

32 2023’te 10 milyon tekil kullanıcı hedefi

34 Yatırımın ivmesiyle büyüyecek

35 BRB global bir marka olma yolunda

36 **Prof. Dr. Volkan Demir:**
Şirketlerde Bağımsız Denetim Düzenlemelerinde Son Durum

38 **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:**
Girişimci Adayları için Pazarlamanın Temel İlkeleri - II

40 **Cem Ener:**
Apple, Amazon, Google ve Facebook’un Geçmişte Aldığı Melek Yatırımlar

42 Vergi Takvimi



15’inci yılında rotasını Muğla’ya çeviren Gelecek Turizmde Programı kapsamında, iki yıl içinde Akyaka, Köyceğiz ve Taşlıca’da üç yeni alternatif turizm rotası oluşturulacak. 500 kişiye sürdürülebilir turizm eğitimlerinin verilecek ve bölgede sürdürülebilir turizm alanında rol almak isteyen kadın girişimcilere hibe, mentorluk ve iletişim desteği sağlanacak.



Teknolojideki baş döndüren gelişmeler verilere kolay ulaşma ve verilerin korunması sorununun da ortaya çıkardı. Talya Bilişim Yönetici Ortağı Nilüfer Durukal, Elektraweb Otel Programı ile Türkiye’de 2 bin otel tarafından kullanılırken oteller verilerini bulutta saklarken zamandan ve bütçeden tasarruf sağladıklarını söylüyor.



Gastronomi Turizmi Derneği (GTD) Türkiye’ye örnek bir projeyi hayata geçirdi. GTD Başkanı Gürkan Boztepe, Anadolu insanının 200 çeşit ürününi GT Anadolu markası ile raflara taşıyan projeyle ülke ekonomisine fayda sağlamayı hedeflediklerini söylüyor.

“İhracatta Sürdürülebilir Gelecek” buluşmaları

Sürdürülebilirlik ve kapsayıcı büyümeyi ana stratejilerinden biri olarak gören Garanti BBVA, Avrupa Yeşil Mutabakatı uyum sürecinde desteklemek, sürdürülebilir yatırımların önünü açmak amacıyla ‘İhracatta Sürdürülebilir Gelecek’ ismiyle etkinlikler serisine başladı.

‘İhracatta Sürdürülebilir Gelecek’ adlı etkinlikler serisinin ilkini 23 Kasım 2022’de Fişekhane İstanbul’da gerçekleştiren Garanti BBVA, Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Sınırdaki Karbon Düzenlemesi Mekanizması ile beraber KOBİ’ler başta olmak üzere AB’ye ihracatta bu süreçlerden etkilenen sektör ve kurumlara somut önerilerle süreci anlatmak, akıllardaki sorulara cevap verebilmek ve “Yeşil Mutabakat” konusunda danışmanlık yaparak kurumların hareketlenmesine önayak olmayı amaçlıyor.

Alanında uzman isimler katıldı

Açılış konuşmalarını Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ ve Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu yaptığı İhracatta Sürdürülebilir Gelecek buluşmasında; gazeteci-yazar Ilgaz Gürsoy’un moderatörlüğünde gerçekleşen “Avrupa Yeşil Mutabakatına Hazırlanırken Türkiye Neler Yapmalı?” konulu panele, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Levent Kurnaz ile Ankara Üniversitesi Teknokent Genel Müdürü Güray Değerli katılarak kurum ve şirketlerin yakın geleceklerini planlarken göz önünde bulundurmaları gerekenler hakkında önemli bilgiler paylaştı. “Yeni İş Normali: Sürdürülebilirlik” ve “Sınırdaki Karbon Düzenlemesi Mekanizması Odağında Teknik Bilgi ve Deneyim Paylaşımı” konulu diğer panellerde ise alanlarında uzman isimler ihracatçı firmaları teknik konularda bilgilendirdi.

‘İhracatta Sürdürülebilir Gelecek’ buluşmalarıyla ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, Avrupa Birliği’nin sür-

RECEP BAŞTUĞ /GARANTİ BBVA GENEL MÜDÜRÜ

“İş yapış şekillerini değiştirmemiz gerekiyor”

“Bugünkü gibi devam edersek, 2050’ye kadar dünyadaki global ısınmayı 1,5 derece ile sınırlandırma hedefini maalesef aşacağız. Hali hazırda bunun 1.1’i zaten aşılmış durumda. Mevcut düzenle ilerlersek 2025, 2026’da da kalan kısmı aşılabilecek ve dünya dönüşü olmayan bir sürece girecek. Bu nedenle mevcut iş yapış şekillerimizi acilen değiştirmemiz gerekiyor. İklim kriziyle mücadeledeki dönüşümün en büyük aktörü bizler yani finans sektörü ve üreticiler olacak. Garanti BBVA olarak, gelecekte oluşabilecek maddi, manevi hasarlardan korunmak ve ülkemizin, ülkemiz üreticilerinin bu süreçten başarıyla çıkmasına katkı sağlamak amacıyla İhracatta Sürdürülebilir Gelecek bilinçlendirme toplantılarını yapmaya karar verdik.”



dürülebilirlikle ilgili yol planı olan Yeşil Mutabakat kapsamında hedeflenen dönüşümün 8 alt başlık altında kurgulanmış durumda olduğunu hatırlattı. Bu alt başlıkların tamamının hayatımızı etkileyeceğini dile getiren Baştuğ, sözlerini şöyle sürdürdü: “Acil aksiyon alınması gereken konulardan bir tanesi ve bize göre en önemlisi sınırdaki karbon düzenlemesi mekanizmasıdır. Raporlama 2023’te başlayacak ve 2026’da, taraf ülkelere yapılacak ihracatta vergilendirme gündeme gelecek. Bu arada mutabakatın daha erkene çekilmesi de gündemde. Yani belirle-

nen kriterlere uygun üretim yapmayan ihracatçı şirketler oldukça yüksek karbon vergisi ödemek zorunda kalacak. İhracatımızın yaklaşık %67’sini gelişmiş ülkelere yaptığımız düşünüldüğünde; 2026 itibarıyla sınırdaki karbon düzenlemesi kapsamında karbon yoğun sektörler yansıtacak ek vergi maliyeti yıllık 1 milyar euroya kadar ulaşabilir. Bu yüzden bizim üretim tekniklerimizi acilen sürdürülebilirliğe uygun hale dönüştürmemiz gerekiyor. Garanti BBVA olarak yeşil dönüşüm sürecinde her türlü imkânımızla paydaşlarımıza destek olacağız.”



Yerli girişime Avrupa'dan ödül

■ Avrupa İnovasyon ve Teknoloji Enstitüsü'ne (EIT) bağlı altı topluluk tarafından yürütülen EIT Jumpstarter'ın altıncı edisyonu Orta, Güney ve Doğu Avrupa'dan katılan yüzden fazla girişimci ile gerçekleşti. Polonya'nın Krakow kentinde geçtiğimiz gün düzenlenen ve 42 finalistin 7 farklı kategoride yarıştığı erken aşamadaki projelere yaklaşık 200bin Euro ödül verildi. Toplam yirmi dört girişimin ödüllendirildiği programda hammadde kategorisinde birincilik ödülüne Türkiye'den katılan "FarMine" projesi layık görüldü. Proje, bir mobil işleme tesisi kullanarak geleneksel ve küçük ölçekli altın madenlerinin atık akışlarından altın geri kazanımını en üst düzeye çıkarmayı hedefliyor.

'Dijital Yol' KOBİ'lerin rekabetçiliğini artırıyor

■ Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından, küçük ve orta ölçekli işletmelerin dijitalleşmenin getirdiği fırsatları yakalamalarına destek olmak amacıyla geliştirilen Dijital Yol Platformu bugün yapılan toplantıyla tanıtıldı. Platform, imalat ve turizm sektöründeki KOBİ'lerin COVID-19 pandemisiyle daha da belirginleşen dijitalleşme ihtiyaçlarına yanıt vermek ve dijitalleşen iş dünyasında rekabet edebilirliklerini artırmak amacıyla yürütülen çalışmaların bir parçası olarak oluşturuldu. Platforma bugüne kadar 297 KOBİ, 30 danışman, 28 hizmet olarak yazılım (SaaS) tedarikçisi kaydedildi. Platforma kayıt olan firmaların yaklaşık yüzde 40'ı dijital olgunluk değerlendirmesini tamamladı. Ayrıca proje süresince farklı kalkınma ajansları tarafından KOBİ'lerin dijitalleşmesine yönelik 6 destek programı geliştirildi.



2030'da Türkiye'de 10 milyon mikro girişimci olacak

■ Türkiye'de faaliyet gösteren 10 şirketi temsil eden Doğrudan Satış Derneği, 2022 yılını başarıyla geçirdiğini ve 2023 yılında çift haneli büyüme beklediğini paylaştı. Sektörle ilgili değerlendirmelerde bulunan Doğrudan Satış Derneği Başkanı Ediz Haksal sektörün önde gelen şirketleri olan üyelerinin yarattığı sinerjiyle büyüme trendinin 2030'a kadar devam etmesini beklediklerini belirtti. Haksal şöyle konuştu: "Her yıl çift haneli büyüme rakamlarını yakalıyoruz. Bu durumun 2030 yılına kadar da sürmesini bekliyoruz. Ayrıca; 2030 yılı itibarıyla 10 milyon doğrudan satıcı yani mikro girişimciye ulaşacağız." panel ve seminerler, B2B görüşmeler gerçekleştirilirken iş ve sanayi dünyasından temsilciler, akademisyenler, kamu kurum yetkilileri ziyaretçilerle bir araya gelecek.

Türkiye Girişimci Buluşması yapıldı

■ T.C. Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, Girişimci İşadamları Vakfı (GİV) tarafından, TÜGVA işbirliği, KOSGEB desteği ile gerçekleştirilen Türkiye Girişimci Buluşması gerçekleştirildi. Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın video mesajla katıldığı etkinlikte birbirinden değerli isimler birçok farklı başlıkta girişimciliği masaya yatırdı. 9. GİV Girişimcilik Ödülleri ise 26 Kasım akşamı gerçekleştirilen törenle sahiplerini buldu. 10 kategoride 14 ödül dağıtılırken, Proje Fikir Ödülleri ve İş Planı Ödülleri kapsamında girişimci gençlere toplam 400 bin TL değerinde ödül verildi.



Erken aşama girişimler Sabancı ARF ile ‘uçacak’

■ ‘Yeni ekonomi’ odaklı büyüme stratejisi kapsamında, inovasyon ve teknoloji yatırımlarına hız veren Sabancı Topluluğu, girişimcilik ekosistemine ve açık inovasyona katkı sunmayı amaçlayan Sabancı ARF (Almost Ready to Fly - Neredeyse Uçmaya Hazır) programını hayata geçirdi. Topluluk içinden ve dışından erken aşama girişimlere mentorluk, iş birliği ve yatırım desteği sunan Sabancı ARF’ın ilk uygulama dönemi kapsamında, toplam 14 girişim, oryantasyon süreçlerini tamamlayarak eğitim ve mentorluk programlarına başladı. 20 hafta boyunca Sabancı Holding’in İstanbul’daki merkezi Sabancı Center’da, kendilerine özel olarak hazırlanan alanda çalışmalarına devam edecek girişimler, Mart 2023’te düzenlenecek final gününde, projelerini Yatırım Jürisi’ne sunma şansı elde edecek. Değerlendirmesi olumlu sonuçlanan girişimciler, 150 bin dolara kadar Sabancı ARF tohum yatırımına hak kazanacak. Konuyla ilgili düzenlenen basın toplantısında konuşan Sabancı Holding CEO’su Cenk Alper, Sabancı Topluluğu olarak enerji ve iklim teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri ve dijital teknolojileri “yeni ekonomi” adı altında konumlandıklarını belirtti.



Teknopark İstanbul girişimleri iş dünyası ile buluştu



■ Türkiye girişimcilik ekosisteminin en büyük destekçilerinden Teknopark İstanbul’un kuluçka merkezi Cube Incubation aracılığıyla düzenlediği girişimci-yatırımcı ve firma buluşmalarının yedincisi, 29 Kasım 2022 Salı günü gerçekleşti. “Açık Kapı: İş Dünyası ile Buluşma” adıyla geleneksel hale gelen etkinlikle,

Teknopark İstanbul hem alt yapı hem de tematik destek sağladığı sağlık ve biyoteknoloji odaklı 8 girişimciye projelerini hayata geçirmeleri için yeni ortaklıklar kurma fırsatı sundu. Teknopark İstanbul kuluçka merkezi Cube Incubation’da düzenlenen Açık Kapı etkinliğinde güçlü kurum ve firmalar, sağlık ve biyoteknoloji odaklı girişimleri yakından tanıma imkânı buldu. Yeni ortaklıkların oluşmasına zemin hazırlayan girişimci-yatırımcı ve firma buluşmasında girişimciler de proje ve ürünlerini yatırımcı ve kurumsal firma temsilcilerine yüz yüze anlatarak iş birliği ve sermaye desteği bulma fırsatı yakaladı.

Girişim ekosistemine yatırım yüzde 33 oranında azaldı

■ KPMG Türkiye M&A ve 212 ekiplerinin iş birliğiyle Türkiye’deki girişim sermayesi piyasasının karşı karşıya olduğu temel eğilimleri, fırsatları ve zorlukları ortaya koymak amacıyla hazırlanan “Türkiye Startup Yatırımları” raporunun 2022 yılı üçüncü çeyrek sonuçları yayımlandı. Rapora göre küresel startup yatırımları 2022 yılının üçüncü çeyreğinde ikinci çeyreğe kıyasla yüzde 33 düşüşle 81 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu aynı zamanda 2020 yılının birinci çeyreğinden bu yana görülen en düşük çeyrek dönem yatırım miktarı da oldu. 2022 yılının üçüncü çeyreğinde dünya çapında toplam 37 girişim unicorn oldu. Türkiye’de ise 2022 yılı üçüncü çeyreğinde toplam işlem hacmi ikinci çeyreğe kıyasla yüzde 19 düşüşle 113 milyon dolar olarak gerçekleşti. KPMG Türkiye Birleşme ve Satın Alma Danışmanlığı Lideri Gökhan Kaçmaz yaptığı değerlendirmede, “Türkiye’deki girişim ekosisteminin performansı da küresel trendleri takip etti ve hem işlem sayısı hem de işlem hacmi geçen çeyreğe göre azaldı.” dedi.



Türkiye’nin kozu gelişen kadın girişimciliği

■ Maliye Hesap Uzmanları Vakfı tarafından düzenlenen Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Girişimciliği Paneli, kadınlara seçme ve seçilme hakkı verilisinin yıldönümü olan 5 Aralık tarihinde, uzman konuşmacı ve konukların katılımıyla Raffles Otel’de gerçekleşti. Açılış hitabını Maliye Hesap Uzmanları Vakfı ve Eren Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Eren’in yaptığı panelde Marmara Üniversitesi iş birliğiyle hazırlanan Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Girişimciliği Raporunun sonuçları da medyaya ve kamuoyuna açıklandı. 80 ilde 1.613 kadın girişimciyi kapsayan ve 2004-2021 yılları arasında kadınların işgücüne katılımı, istihdam oranı ve işsizlik gibi göstergelerin incelendiği raporda, kadın istihdamının artmasının bireyleri, aileyi ve ülkeyi güçlendireceği ve özgülleştirileceği vurgulandı.

YEŞİL GİRİŞİM RÜZGARİ

Hemen hemen her sektörde yeşil girişimler giderek yaygınlaşıyor. Türkiye’de de son yıllarda birbirinden ilginç ve çevreye duyarlı girişim fikri ticarileşmek için gün sayıyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı’na uyum kapsamında gerçekleşen yeşil dönüşüm, özellikle yeşil teknolojilerin kullanım alanlarını da çeşitlendiriyor. Uzmanlar, Türkiye ekonomisinin belkemiğini oluşturan KOBİ’lerin küresel pazarlardaki rekabet gücünü artırmak ve daha yaşanılabilir bir dünya için, yeşil teknolojileri kullanarak sürdürülebilir bir üretim modeline geçiş yapmasının önemini vurguluyorlar.

Başını Avrupa Birliği’nin (AB) çektiği gelişmiş ülkeler, enerjide petrol ve türevi ürünlerin kullanımını kademeli olarak sona erdirmek ve karbon salımını sıfır düzeyine indirmek için sanayide devrimsel bir “yeşil dönüşüm”e başladılar. Türkiye de hem AB’nin “Yeşil Mutabakat” mevzuatı hem de 6 yıl ardan sonra TBMM’den geçirdiği Paris İklim Anlaşması’nın şartları gereği, bu kapsamlı değişimden nasibini alıyor.

Çevre sorunlarının yenilikçi çözümler geliştirerek çözülmesine yardımcı olan yeşil girişim-

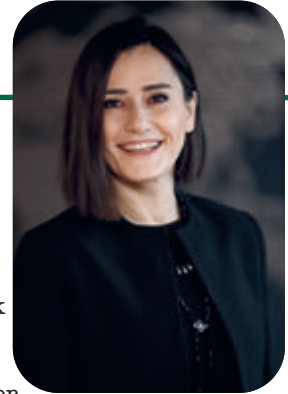
ler, yükselen bir trend olarak tüm dünyada ilgi görürken, Türkiye’de yeşil girişimlerin sayısı da her geçen yıl artıyor. Yeşil girişimler, sosyal sorumluluk sahibi yatırımcılar ve kitle fonlaması platformlarından farklı destekler almaya başlarken, üretilen yeni iş fikirleri yakın geleceğin en önemli iş alanlarını yaratma potansiyeline sahip.

Otomotivden kimyaya, hazır giyimden demir çelik sektörüne kadar AB’ye ihracatta ön sırada yer alan sektörlerde, AB’nin Sınırdan Karbon Düzenlemesi’ne (SKD) yönelik hazırlıklar tüm hı-

ZEYNEP OKUYAN
ERNST&YOUNG İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HİZMETLERİ LİDERİ

“AYM engel değil fırsat olarak görülmeli”

“Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) çerçevesinde geliştirilen Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, ülkemizin düşük karbonlu ekonomiye geçiş süreçlerini hızlandıracak. KOBİ’lerin katalizör rolü üstlenerek bu dönüşümü tüm değer zincirlerine yayma potansiyeli mevcut. KOBİ’ler inovasyon kapasiteleri ve motivasyonları sayesinde ülkemizde yeşil dönüşümünde iş dünyasını canlandıran ve dönüşümün tüm kanallara yayılmasını sağlayan bir rol üstlenebilir. AYM’nin doğurduğu risklerin fırsata dönüştürülmesi, KOBİ’lerin pandemi ve ekonomik kriz gibi mevcut sorunlarına da çözümler üretilmesini sağlayacaktır. Yüksek teknoloji, verimlilik ve katma değerli üretim, AYM’nin Yeni Sanayi Stratejisi’nde benimsenen çözümler olarak göze çarpmakta. Bu çözümleri mevcut sorunlarla baş etmenin en etkili yolu olarak değerlendiriyoruz. Bu doğrultuda KOBİ’ler için AYM bir engelden ziyade fırsat olarak görülmeli; AYM politikaları ülkemizde KOBİ’lerin büyüme stratejilerine yön verirken, KOBİ’lerin mevcut kırılganlıkları da gözetilmeli.”





LEVENT KAHRIMAN
KOZMETİK ÜRETİCİLERİ VE ARAŞTIRMACILARI
DERNEĞİ BAŞKANI

“Bir ekosistem oturtmaya çalışıyoruz”

“Dünyanın insan merkezli olmasından dolayı sürdürülebilirlik anlamda kaygıları var. Yeşil mutabakatta buradan çıkmanın bir

kılavuzu, haritası aslında. Buna uymak mecburiyetindeyiz artık. Bu anlamda da ülkemizde üreticiler bu dönüşümü nasıl yapacaklarını planlamaya çalışıyorlar. Biz de dernek olarak firmalara öğretmeye çalışan bir ekosistem oturtmaya çalışıyoruz. Eko dizaynı bizim ülkemiz yapmaya çok yatkın. Biz bunları bir sentez halinde sunmaya çalışıyoruz.”

Türkiye’den çıkan ‘yeşil girişim’ fikirleri

■ **Tarlamvar:** Bireysel tüketiciyle çiftçi arasında bağlantı kurarak, tarım ürünlerinin tedarik zincirindeki verimsizliğin azaltılmasını sağlayan bir girişim.

■ **Toplio:** Evinde veya iş yerinde elektronik atık oluşan kişilerle lisanslı e-atık toplama-ayırma ve geri dönüşüm tesislerini bir araya getiren ve paydaşlarına kazanç, tasarruf ve bağış imkanı tanıyan bir mobil bir e-atık pazar yeri ve tersine lojistik platformu.

■ **Pulsec:** Atıl durumda bulunan elektronik atıkları toplayarak kurumsal sosyal sorumluluk ve eğitim müfredatı kapsamında fonksiyonel, estetik veya programlanabilir ürünlere çevrilmesi

■ **Bluedot:** Elektrikli araba kullanıcılarının şarj ünitesine ulaştığı, rezervasyon ve ödeme yapabildiği; şarj ünitesi sahiplerinin paylaşım ekonomisi ile gelir elde ettiği pazar yeri fikri.

■ **Paksumatik:** Yapay zekayı kullanarak sudaki tehlikeli bakterileri ve zararlı parçacıkları tespit etmek.

■ **Avus:** Sokak aydınlatmalarının erken açılma, geç kapanma problemlerine çözümler sunan bir girişim fikri.

■ **Phototherma Hybrid Solar Panel:** Güneşin hem ışığından hem de ısısından elektrik üretimi sağlayan ve karlı dönemlerde kar giderimi yapabilen hibrid güneş paneli üretimi..

■ **OTTO:** Yüzde100 su tasarrufu sağlayan araç temizlik teknolojilerinin geliştirilmesi.

ziyla başladı. Çimento, demir, çelik, gübre ve alüminyum gibi emisyon yoğun sektörler uygulamadan en çok etkilenecek sektörler arasında ilk sırada yer alsa da, iş hayatının her alanında hissedilecek yeni bir sürece girilmiş durumda.

Yeşil teknolojiler öne çıkıyor

Yeşil teknoloji, üretim süreci veya tedarik zinciri temelinde çevre dostu kabul edilen ve sonuç olarak karbon ayak izimizi azaltan teknolojinin türü ve kullanımı için her şeyi kapsayan bir terim olarak son dönemde giderek daha çok öne

çıkıyor. Yeşil teknoloji fosil yakıtlar gibi geleneksel kaynaklara kıyasla çevre üzerinde daha düşük olumsuz etkiler yaratmakla kalmıyor, iklim değişikliğini hafifletmek için insan faaliyetlerini aktif olarak tersine çeviriyor ve azaltıyor. Yeşil teknoloji hala emekleme aşamasında olsa da, en son BM iklim değişikliği raporu da dahil olmak üzere dünyanın dört bir yanındaki birçok ülke, Paris Anlaşması’nda belirtilen hedeflere ulaşmaya yardımcı olmak için yeşil teknolojinin kullanımını zorunlu olarak belirtti.

Çevreye uyumlu üretim

Yeşil teknolojiler deyince belli başlı alanlar öne çıkıyor. Bunlardan biri olan dikey tarım, mahsulleri yatay olarak yetiştirmek yerine, üst üste dikey katmanlar halinde yetiştirilen bir tarım yöntemi olarak öne çıkıyor. Böylece mahsuller daha az toprağa ihtiyaç duyuyor ve aynı zamanda su verimliliği de artıyor. Dikey tarım, sıcaklık, ışık, nem ve yapay zeka dahil olmak üzere kontrollü ortamına dayalı olarak düzenli ürün çıktısını garanti edebilir ve mahsul verimini artırabilir. Buna rağmen, dikey tarım hala nispeten yeni ve kârsız. Otomasyon ve sulama işlemlerinin bakım maliyetleri çok yüksek durumda. Bu nedenle otomasyon ve sulama teknolojilerinde maliyetleri azaltacak çözümler üzerinde çalışmalar devam ediyor. Karbon yakalama ve depolama teknolojileri de İzlanda’da dünyanın en büyük doğrudan hava yakalama tesisinin açılmasının ardından öne çıktı. Orca adlı bu özel bitkinin her yıl atmosferden yaklaşık 4 bin ton karbondioksit yakaladığı ve bunun daha sonra yeraltında depolanıp taşınarak dönüştürüleceği tahmin ediliyor.

Farklı sektörlerde çözümler

Taşımacılığın elektrifikasyonu da şu anda dünyadaki yeşil teknolojinin en popüler kullanımlarından biri konumunda. Çoğu gelişmiş ülkenin karbondan arındırma planlarının bir parçası olarak elektrikli araçları dahil etmesi kadar yaygın bir şekilde kabul görüyor. Elektrikli araçlara güç sağlayan lityum iyon piller, şarj edilebilir olma ve arabaları uzun mesafelerde çalıştırmak için yüksek enerji yoğunluğuna sahip bulunuyor. Elektrik üretmek için atık ve atık suyun yeniden kullanılması da, hem küresel çöp sorununun hafifletilmesine hem de elektrik temini için yenilenemeyen diğer kaynaklara olan bağımlılığın hafifletilmesine yardımcı olabilir.

'Yeşil bina' konsepti gelişiyor

Özellikle inşaat sektörü açısından 'yeşil bina' teknolojileri büyük ilgi görüyor. Yeşil bir bina, elektrik şebekesinden, enerji üretiminden su sistemine kadar kendi kendine yeterli olacak şekilde tasarlanıyor. Güneş panelleri haneler ve işletmeler için halihazırda yaygın bir şekilde enerji kaynağı olarak kullanılırken, yeşil binalarda hem elektrik hem de ısı üretebilen güneş paneli tasarımları kullanılıyor. Bu panellerin ön yüzü fotovoltaik enerji üretecek şekilde tasarlanırken, arka taraf bir ısı eşanjörü vasıtasıyla sıcak su üreterek evlerin bedava sıcak suyun keyfini çıkarmasını sağlıyor. Yüksek verimli ve yalıtımlı pencereler, bazıları enerji faturalarını sıfıra indirebilecek noktaya kadar ısı kaybını azaltmaya da yardımcı oluyor.

Geri dönüşüm yatırımları

Yeşil ekonominin en önemli ayaklarından biri de geri dönüşüm. Pandemiyle tek kullanımlık plastikler gibi bazı ambalajların kullanımı yüzde 200-300 arttı. Üstelik pandeminin başında petrol fiyatlarındaki çöküş, plastiğin aşırı ucuza üretilmesine neden oldu ve geri dönüştürülmüş malzemenin maliyet cazibesi kalmadı. Dünyadaki birçok geri dönüşüm işletmesinin kapılarını kapatmak durumunda kaldığını söyleyen Geri Dönüşümcüler ve Geri Kazanımcılar Derneği (GEKADER) Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Eren, atıkların önemli bir kısmının gömülmeye ya da yakılmaya gönderildiğini belirtiyor. Pandeminin şoku atlatıldıktan sonra geri dönüşümün önemi tekrar ortaya çıkmaya başladı. Üstelik bu kez politikalar için genel kabul hızlandı ve daha az karbon salımına odaklı yeni ekonomiye geçiş için ikna süreçleri kolaylaştı. Öyle ki küresel sürdürülebilir ambalaj pazarının 2025 yılına kadar her yıl ortalama yüzde 6 büyümesi bekleniyor. GEKADER Başkanı Eren, geri dönüştürülebilir, biyolojik olarak parçalanabilir ya da kompostlanabilir ambalajın totali için 280 milyar dolarlık bir pazardan söz edildiğini söylüyor. Eren Türkiye'nin ilk ekolojik geri dönüşüm OSB'sini kurmaya hazırlan- dıkları bilgisini de veriyor. OSB'nin içinde biyokütle enerji santrali, atık buhardan sera ısıtma sistemi gibi yatırımlar olacak. Sakarya veya Balıkesir'de yer arayışlarının sürdüğünü söyleyen Fatih Eren, "OSB 3 bin 500 dönüm üzerine kurulacak. Kademeli olarak 100-200 şirket olacak. OSB'de 2 milyar dolarlık bir cironun oluşmasını hedefliyoruz" diyor.

10 DEV SEKTÖRÜN 'YEŞİL' YOL HARİTASI

Sektör	Yeşil dönüşüm adımları
Çelik	İklim Değişikliği ile Mücadele Raporu'nda yer alan Emisyon Ticaret Sistemi kurulduktan sonra, AB ile Türkiye arasındaki karbon fiyat farkının sektöre yansıtılmaması için girişimlerde bulunuyor.
Demir ve Demirdışı	Emisyon Test ve Belgelendirme altyapısının AB tarafından tanınacak şekilde geliştirilmesine dönük çalışma başlatıldı. Periyodik olarak düzenlenen webinarlar ile sektör bileşenleri yönlendiriliyor.
Deri	İlk aşamada yeşil dönüşüm, karbon ayak izi gibi konularda firma eğitimleri başladı. Sosyal uygunluk kriterlerine uygun üretim yapılabilecek kümelenme alanların oluşturulması hedefleniyor.
Geri Dönüşüm	Türkiye'nin ilk ekolojik geri dönüşüm OSB'sinin kurulması planlanıyor. OSB'nin içinde biyokütle enerji santrali, atık buhardan sera ısıtma sistemi gibi yatırımlar olacak. OSB 3 bin 500 dönüm üzerine kurulacak.
Hazır Giyim Ve Konfeksiyon	Kurumsal karbon ayak izi ölçümü ve hesaplanması, ürün yaşam döngüsü, iklim değişikliği, sera gazı emisyonu gibi konularda firma eğitimleri başladı. Kirli atık suların testlerinin EKOTEKS'te yapılabilmesi için akreditasyon çalışmalar sürüyor.
Kimya	AB kimyasallar mevzuatında yapılmakta olan değişiklikler takip ediliyor. AB'nin "Entegre Kirlilik Önleme ve Kontrol" mevzuatının uygulanmasına yönelik ulusal eylem planı hazırlanıyor.
Makine	Makinelerin enerji verimliliği ile ilgili bilimsel araştırmalara kaynak aktarılıyor. Yeşil dönüşümün dijital ayağı için geliştirilen "Dijital Kılavuz" üç ay kadar önce şirketlerin erişimine açıldı.
Mobilya	Sektör oyuncuları geri dönüştürülebilir ve sürdürülebilir ürünlerin üretimine hız veriyor. Yeni yatırımlar "çevreci ürün" odaklı üretim ve tasarıma yöneliyor.
Otomotiv	İhracatçılara üç yıl boyunca rehberlik edecek "Otomotiv Sektöründe Yeşil Dönüşüm" Ur-Ge projesini hayata geçiriyor. Proje ile ihracatçı şirketlerin sera gazı emisyonlarını ölçmeleri, raporlamaları ve kademeli olarak düşürmeleri hedefleniyor.
Tekstil	Tarım ve Orman Bakanlığı ile organik pamuk üretiminin daha fazla teşvik edilmesi için pamuk prim fark desteğinin artırılması ve üretim alanlarının artırılması çalışmaları yapılıyor.

“Beş yılda 50 kat büyüme hedefliyoruz”

Tarım teknolojileri geliştiren büyük şirketler ve startuplar ile çiftçiler arasında iletişim kurulmasını sağlayan bir tarımsal teknoloji girişimi olan Ne Ekersen, kısa sürede yakaladığı başarının ardından dünyaya açılmaya hazırlanıyor. Çiftçinin diğer çiftçilerle çeşitli cluster tipi topluluklarda efektif bir şekilde iletişime geçip iş geliştirebilmesini sağlayan ‘tarımsal bütünlleştirici rol’e sahip ‘super app’ tipi mobil uygulama ile bu konuda yenilikçi çözümler üretiyor. Şirketin kurucu ortağı ve CEO’su Emre Taşkiran ile yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Ne Ekersen’in yaratım süreci nasıl gelişti?

2019 yılında Vestel’de proje yönetici olarak çalışmaya başladım. O dönem Zorlu Holding’in kurumiçi girişimcilik programı Parlak bi’Fikir programının 1.döngüsü tamamlanmak üzereydi. Vestel Ventures yatırımla o dönem erken aşama seviyesinde 2 şirketin kurulması oldukça dikkatimi çekti. 2019’un Temmuz ayında Parlak bi’Fikir’in 2.döngüsüne iş fikrimle başvuru yaptım. 720 iş fikri arasından seçilen 8 iş fikri arasında yer aldı. Zorlu Holding’in ve Vestel’in desteğini alıp girişim yolculuğumun başladığını o gün hissettim. 2021 yılının Nisan ayında Zorlu Holding ve Vestel Ventures’ın üst yönetimine Ne Ekersen’i sunduk. 8 iş fikrinden 3 iş fikrine yatırım kararı verildi ve bunlardan biri Ne Ekersen oldu. Şubat 2022’de de TÜBİTAK’dan 1512 Girişimcilik Destek Programı kapsamında destek almaya başladık.

Faaliyet alanlarınız neler?

Başta makine hizmetleri olmak üzere çeşitli tarımsal hizmetlerde faaliyet gösteriyoruz. Yani çiftçilerimiz hasat öncesinde

Tarımsal teknoloji girişimi Ne Ekersen’in Kurucu Ortağı ve CEO’su Emre Taşkiran, “Önümüzdeki 5 yılda 50 kat büyüme hedefimiz var. Başta Portekiz, İspanya, Romanya ve Bulgaristan’da faaliyete geçmeyi hedefliyoruz” diyor.

hasat hizmeti veren biçerdöverleri inceleyip kendileri için en uygun olan biçerdöverlerden hasat hizmeti alabiliyorlar. Tüm biçerdöverciler ve hasat makinecileri federasyonu ile beraber çalışıyoruz. Tarımsal çözümlerimizi çiftçi sosyal medyasımız “Dijital Köy Kahvesi” ile destekliyoruz. Bu

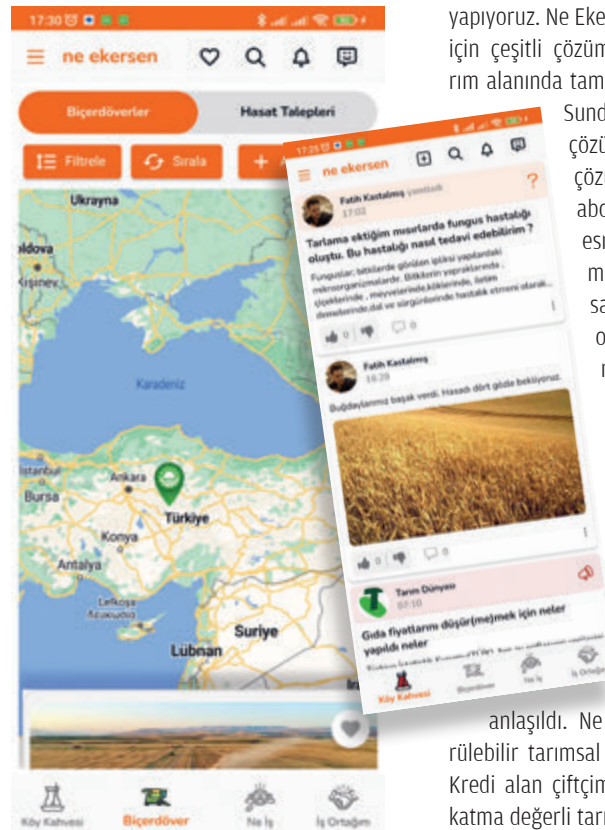
alandaki çiftçilerimiz, tarım firmalarımız ve bankalar çözümlerini paylaşabiliyorlar. Yaşanan sorunlar konuşularak çözüm arayışında destek oluyor. İş ilanları sayfamızda mevsimlik tarım işçisi, kadrolu çiftlik personeli ve beyaz yaka ilanlarıyla istidamı destekliyoruz. E-ticaret sayfamızda tüm ülkeye zirai ürünlerin satışını yapıyoruz. Ne Ekersen’de tüm çiftçilerimiz için çeşitli çözümler var. Bu haliyle tarım alanında tam bir süper app olacağız.

Sunduğumuz çeşitli tarımsal çözümler, farklı fiyatlandırma çözümleri, çeşitli premium abonelik paketlerimiz ve esnek planlama ile hizmetlerimizi oldukça çok sayıda çiftçimize mümkün olduğunca erişilebilir kılmak için çalışıyoruz.

Pandemi dönemi tarımsal üretim açısından nasıl bir değişim yarattı?

Pandemi döneminde tarımın ve gıdanın önemi, sürdürülebilir yaşam kurma ihtiyacı iyice toplum tarafından

anlaşıldı. Ne Ekersen olarak sürdürülebilir tarımsal süreçler oluşturuyoruz. Kredi alan çiftçimizi tüm sezon boyunca katma değerli tarımsal teknolojilerimiz ile



(uydu destekli bitki sağlığı izleme, drone hizmetleri, toprak analizi, zirai danışmanlık vb.) destekliyoruz ve sezon sonunda ödemesini kolaylaştırıyoruz. Önümüzdeki dönemde çiftçilerimizin mahsulünü satın alıp lisanslı depoya kaldırıp depodan satışını sağlayacağız. Böylece ekimden satışa tüm sezonda çiftçimizin iş ortağı olarak tam destek vermeye devam edeceğiz.

İhracatınız var mı? Ağırıklı olarak hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Ne Ekersen'i kurduğumuzda hedefimiz, asla tek bir pazarda kalmak değildi. Her zaman küresel ölçekte tarımsal hizmetler sunacak küresel bir hareket yaratmanın peşindeyiz. Büyük fayda sağlayacak, ülkeler ve sınırlar arasında erişilebilen ve kullanılabilecek bir platform yaratmaya çalışıyoruz. İş modelimiz, etkimizi en üst düzeye çıkarmak ve mümkün olduğunca çok çiftçiye ulaşmak için yeni pazarlarda hızlı şekilde faaliyete geçmeyi hedefliyoruz. Bu hedefimiz için farmgy.com markamızı aldık. Başta Portekiz, İspanya, Romanya ve Bulgaristan'da faaliyete geçmeyi hedefliyoruz.

Hedef pazarlarınız?

Tarımsal üretim yapan Akdeniz ülkeleri ve Orta Avrupa ülkeleri hedef pazarlarımız. Bu pazarlardan sonra Güney Amerika, Afrika ve Asya kıtalarını hedefliyoruz. Buğday, mısır gibi endüstriyel üretim yapan çiftçilerimiz, çiftlikler, tarım işletmeleri, tarım makinesi sahipleri ve makine müdahitleri, tarım bayileri, tarım firmaları, tarımsal çözümler sunan bankalar hedef müşterilerimizi oluşturuyor.

Son dönemde odaklandığınız alanlar neler?

Son dönemde başta bankalara, tarım bayilerine ve tarım girişimlerine odaklandık. Çünkü süper app yolunda ilerlerken rekabette bize güç veren kilit partnerlerimizi belirleme ve partnerlik anlaşmaları yapmak önem arz ediyor. Bu anlamda ciddi yol kat ettik. Kırsalda servet eşitsizliğini azaltmanın kırsal kalkınma ve gıda tedarik zincirinde sürdürülebilir bir süreç sahibi olmak için önemli

"Partners programı bize rehberlik ediyor"

"Ne Ekersen, Garanti BBVA Partners programına seçilen 6 girişimden biri. Ciddi elemelerden sonra 6 girişim arasında yer almaktan dolayı çok mutluyuz. Başta kendimize ve sonrada problem-çözüm uyumumuza güveniyoruz. Garanti BBVA'nın girişimciliği desteklemesi mutluluk verici. Programda eğitim ve mentörlük desteği alıyoruz. Ne Ekersen'in mobil uygulamasını geliştirirken programda bize destek olan mentörümüzün çok faydasını gördük. Mentörlük seansları sonrasında kullanıcı arayüzümüz çok kullanışlı bir hal aldı. Mayıs ayının sonunda program bitecek. Yani 1 yıl süreli bir program. Bu nedenle bu 1 yıllık sürede sürekli mentörlüklerle desteklenmekten yana çok mutluyuz. Rehberlerimiz ile ilgili sorunları çalışıp aşıyoruz. Bu anlamda program bize rehberlik ediyor.

EMRE TAŞKIRAN



olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda çiftçilerimize Ne Ekersen'de pozitif ayrımcılık yapıyoruz. Çiftçilerimizi makine sahipliği olmadan teknolojik hizmetlerimiz ile destekliyoruz, bunu bazen kiralama ile bazen de rehberlikle yapıyoruz. Bu sayede hem tarımda giriş bariyerini alta çekiyoruz hem de teknolojiyi hizmetlerine sunarak verimlerinde artış sağlıyoruz. Bu sayede hem bitki sağlığı izleme sistemlerimizle hem nakit akışlarında destek verdiğimiz için işleri sekteye uğramıyor.

Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz neler?

Kaliteli, teknolojik hizmetlerimize erişim ve sonuç odaklı çözümlerimizle tüm sezon çiftçilerimizi destekliyoruz. Önümüzdeki 5 yılda tüm Türkiye'de tüm çiftçilerimizin iş ortağı olmayı hedefliyoruz. Bu süreçte paralel olarak farmgy.com markamızla başta Portekiz, İspanya, Romanya ve Bulgaristan'da faaliyete geçmeyi hedefliyoruz. 2023'te 2. yatırım turuna çıkacağız. Ve turda başta bankaların girişim sermayeleri ve Vestel Ventures'in Tacirler Portföyü ile kurduğu girişim sermayesi olmak üzere çeşitli girişim sermaye fonlarından destek alıp büyüme adımını atacacağız. Ne Ekersen'in büyüme sürecinde büyümeden pay almak isteyen yatırımcıları bu vesileyle Ne Ekersen'e yatırıp yapmaya davet ediyorum. 5 yılda 50 kattan fazla büyüme hedefliyoruz.

“Bir akım yaratma hedefi ile yola çıktık”

Yeni nesil içerik platformu Accessland.live birinci yılında globale açıldı. Accessland.live Kurucusu Nihal Temur Ocak, “Platformumuzu hayata geçirirken bir pazar yerinden çok bir akım yaratma hedefi ile yola çıktık. Türkiye’den başlayıp bütün dünyaya yayılmasını hedeflediğimiz bir akım” diyor.

Tutku ekonomisinin öncülerinden yeni nesil içerik platformu <https://accessland.live> birinci yılında globale açıldı. ABD, Kanada, tüm Avrupa, İngiltere, Ortadoğu ülkeleri, Japonya, Singapur, Avustralya, Güney Kore, Hindistan, Endonezya, Malezya, Güney Afrika, Mısır, Nijerya gibi başta olmak üzere 47 ülkeden içerik üreticisine hizmet vermeye başladı. Accessland.live’in kurucusu Nihal Temur Ocak ile şirketin yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Şirketin tarihçesi ve kendiniz hakkında bilgi verir misiniz?

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü’nden mezunum. Unilever’de işe başladıktan sonra dünyanın çeşitli ülkelerinde çok farklı bölümlerde deneyim kazanarak çalışma hayatına devam ettim. 2006 yılından itibaren ise bölgesel seviyede tedarik zincirinden sorumlu üst düzey sorumluluklar almaya başladım. Uzun

yıllar ağırlıklı İngiltere, Birleşik Arap Emirlikleri, Çin ve Singapur’da yaşayarak Unilever’de çeşitli Tedarik Zinciri Bölge Başkanlığı görevlerini yürüttüm ve 80’i aşan ülkede liderlik yaptım. Görsel-işitsel alana ve dijital teknolojilere özel ilgim nedeniyle Unilever’den ayrılıp Silikon Vadisi’nde Singularity Üniversitesi eğitim programlarına katıldım. 2019’da ise çatısı altında birçok teknoloji tabanlı çözümleri sunması hedeflenen PoseidonVision’ı kurdum. Accessland.live da bunun ilk adımı olarak ortaya çıkardığımız ilk ürün. Accessland.live web ve mobil uygulamalarını geliştirmeye Ocak 2021 itibarıyla başladık, ürünün MVP versiyonunu Haziran 2021’de çıkardık.

Faaliyet alanlarınız neler?

Accessland, bilgisini paylaşmak isteyenlere kolaylık sunan bir kazanç yeri. Kendini geliştirmek, büyümek, ilerletmek isteyenler için olağanüstü zengin bir dünya. Bilgide

ustalaşırken ekonomik olarak da erişilebilir olmasını hedeflediğimiz bir platform. Güçlü altyapı ve kazandıran gelir modeli ile canlı ve kayıtlı yayınlarla işini dijitalde binlerce kişiye ulaştırmak isteyen herkes için hazır 360 derece hizmet veriyoruz. Hem kişiler hem de kurumlara hizmet eden özelliklerimiz var. Burası dijital sahnenin, dijital ofisin, dijital spor salonunun, dijital stüdyon, dijital oyun bahçenin, dijital konferans salonunun, dijital kulübünün vs. olabilir. Teknolojik tarafta ise benzersiz nitelikteki canlı ve kayıtlı içerikleri ön ödemeli olarak satışa sunup, kitleler ile anında buluşturarak ilk günden gelir sağlamaya başlayacağınız bir platform yarattık. Accessland canlı ve kayıtlı yayın, biletleme, pazarlama, satış, analitik veri desteği, etkileşim araçları, otomatik moderasyon ve pazar yeri hizmeti ile şu an Türkiye’de hatta dünyada A’dan Z’ye tüm ihtiyaçları sunan tek platform. Farklı çalışma tiplerine hizmet etmesi adına 3 farklı canlı ve 2 farklı kayıtlı yayın tipi sunuyoruz. Interaktif birebir ve grup canlı yayınlar, video ve podcast ile bir milyon kişiye dek ağırlayabileceğiniz konferans ve şovları Accessland’de yapabiliyorsunuz. Kısacası Accessland kitle ve teknoloji gücü ile ilgisini ve tutkusunu kazanca dönüştürmek isteyen herkese dijital pazarını yaratabilme özgürlüğü sunuyor.

Dijital içerik üretiminde hangi alanlara ağırlık veriyor, nasıl bir büyüme stratejisi izliyorsunuz?

Accessland’i birçok satıcı ve alıcının bulunduğu renkli bir dünya. Bu nedenle kişisel gelişimden bilime, sanattan ilişkilere, teknolojiye fiziksel gelişime, geniş ve farklı kategorilerde merak edilen her şeyi içerik olarak sunuyor. Birçok yönü ile Türkiye’de ilkleri temsil ediyor. 10 dakikadan kısa sürede bütün işinizi dijitalle taşıdığınızı

“Dijital içerik pazarı 2026’da 50 milyar dolara ulaşacak”

“Pandemide evde internete geçirilen zaman yüzde 50’den yüzde 70’e ve internete yayıncılık için harcanan zaman için yüzde 12 arttı. Pandeminin getirdiği koşullar da içerik pazarlamasının başarısını kolaylaştırdı. Dijital içerikler, şirketlerin halkla iletişim halinde kalmasının tek yolu haline geldi. Etrafımıza baktığımızda birçok pazar yeri görüyoruz artık. Dijitalleşen dünyada içerik üretirken gelir elde etme trendi her geçen gün ivme kazanarak büyümeye devam ediyor. Hiç kuşkusuz pandemi de son bir yılda dijital yaratıcılığın şaha kalkmasına neden oldu. 2017’de 12,7 milyar dolara sahip olan dijital içerik pazarının 2026’da 50 milyar dolara ulaşacağı öngörülmüyor.”

NİHAL TEMUR OCAK



daha önce düşünebilir miydiniz ya da tek bir platformda gösterilerden finansa, spordan sağlığa, astrolojiden eğitime deneyimden sohbe aradığınız her hizmeti bulabilmeyi? Accessland tüm bunları sunmasının yanında teknolojik alt yapısı ile de öne çıkıyor. Gidererek büyüyen imkanlar ve temel ihtiyaçlar ile başa çıkmak için teknoloji tabanlı ürünlere odaklanıyoruz. Günlük hayatın sorunlarına çözümler bulacak dijital sistemler yaratarak teknoloji tabanlı platformlar üretmeyi ve kullanıcılarımız ile buluşturmayı hedefliyoruz.

Yurtiçinde kimlere hizmet sağlıyorsunuz?

Accessland hali hazırda işini dijitale taşımak isteyen birey, kurum ve şirketlerin kullandığı bir platform olmasının yanında

yepyeni dijital işini kurmak, yeni bir kariyer yoluna girmek isteyenlere de hizmet etmektedir.

Yurtdışı planlarınızdan bahsedermisiniz?

Bir hayal çok kısa zamanda gerçek oldu. Yayına başlayalı sadece 1 yıl olmuşken şimdi 48 ülkeden içerik üreticisine satış yapma, satın alma ise dünya çapında hizmet veriyoruz. ABD, Kanada, tüm Avrupa, İngiltere, Ortadoğu ülkeleri, Japonya, Singapur, Avusturalya, Güney Kore, Hindistan, Endonezya, Malezya, Güney Afrika, Mısır, Nijerya hizmet verdiğimiz ülkelerden bazıları.

Son dönemde odaklandığınız alanlar neler?

Son dönemde şirketi dünya çapında büyötmeye çalışacağımız için yatırım almayı

hedefliyoruz. Onun dışında 48 ülkeden içerik üreticisini 90'a çıkarmaya hedefliyoruz.

Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz neler?

Yeni dünyada bilgisi, tecrübesi ve yeteneği olan herkese başarıya giden yolda bir kanal açıyoruz aslında Accessland.live ile. Bu hedef doğrultusunda da kendine güvenen herkese çok önemli bir araç ve altyapı sunuyoruz. Platformumuzu hayata geçirirken bir pazar yerinden çok bir akım yaratma hedefi ile yola çıktık. Türkiye'den başlayıp bütün dünyaya yayılmasını hedeflediğimiz bir akım. Dünya'nın dört bir yanındaki meslek sahiplerini, keşfedilmemiş yetenekleri, sınırlı imkanlara sahip içerik üreticilerini ve daha birçok farklı grubu tek platformda buluşturacağız.

Kadın girişimcilere önemli destek

15'inci yılında rotasını Muğla'ya çeviren Gelecek Turizmde Programı kapsamında, iki yıl içinde Akyaka, Köyceğiz ve Taşlıca'da üç yeni alternatif turizm rotası oluşturulacak. 500 kişiye sürdürülebilir turizm eğitimleri verilecek ve bölgede sürdürülebilir turizm alanında rol almak isteyen kadın girişimcilere hibe, mentorluk ve iletişim desteği sağlanacak.

Gelecek Turizmde Programı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Anadolu Efes iş birliğiyle 2007'den bu yana hayata geçiriliyor. Türkiye'nin sürdürülebilir turizm modelleri konusundaki potansiyelini ortaya çıkarmayı amaçlayan program; aynı zamanda toplum temelli girişimleri ve kadın girişimciliğini destekleme, kadınların güçlenmesine katkıda bulunma ve yerelde yeni istihdam olanakları yaratma konularında çalışıyor.

Program, bugüne kadar sürdürülebilir turizm konusunda 19 destinasyonda turizm alanında çeşitli faaliyetler gerçekleştiren yerel girişimlere 2 milyon dolar hibe ve iletişim desteği sağladı. Desteklediği 19 projeyle 500'den fazla kadına doğrudan ya da dolaylı olarak istihdam sağladı. Yaklaşık 200 bin kişinin hayatına dokundu. Program kapsamında ayrıca 600 STK ve 23 üniversiteyle de iş birliği yapıldı.

Yeni döneme ilişkin yol haritasını ve ajandasını da belirleyen Gelecek Turizmde Programı, 15'inci yılında odağına orman yangınlarından en çok etkilenen bölgelerden biri olan Muğla'yı aldı. Bu kapsamda Akyaka Orman Kampı'nda bir araya geldiğimiz Gelecek Turizmde Programı'nın paydaşlarından yeni dönem çalışmalarının detaylarını öğrendik.

Sorumlu turizm anlayışı

Anadolu Efes, yangınlardan sonra Muğla'nın sosyoekonomik rehabilitasyonu için yapabileceklerine odaklanmış durumda.

Neden Köyceğiz, Akyaka ve Taşlıca seçildi?

Gelecek Turizmde Programı, 2024 yılına kadar Muğla çevresinde olacak. Yeni dönemde Gelecek Turizmde'nin pilot alanlar olarak Köyceğiz, Akyaka ve Bozburun'un Taşlıca köyünde uygulanmasının nedeni ise bu üç bölgenin doğal, kültürel, tarihi ve gastronomik açıdan farklı turizm çeşitlerine imkan tanımaları ve küçük işletmeleri de barındırması. Özellikle farklı turizm seçenekleriyle gençlerin yoğun ilgisini çeken bu bölgelerin sakin şehir (cittaslow) unvanlarını koruyabilmeleri için sürdürülebilir ve ekolojik turizm uygulamalarına ihtiyaç duymasının pilot alan seçiminde belirleyici olduğu aktarılıyor.

Anadolu Efes Bira Grup Kurumsal İletişim ve İlişkiler Direktörü (CCAO) Selda Susal Saatçi; "15 yıldır yürüttüğümüz ve 2 milyon dolar yatırım gerçekleştirdiğimiz, Türkiye'nin ilk sürdürülebilir turizm programı olan Gelecek Turizmde Programı'nı, önümüzdeki iki yıl boyunca kültürel ve tarihi açıdan farklı turizm çeşitleri için büyük bir potansiyel barındırdığına inandığımız Akyaka, Köyceğiz ve Taşlıca beldelerine taşıyoruz" diyor. Susal Saatçi; Muğla'da rehabilitasyon çalışmalarının çerçevesinin genişletildiği program kapsamında ilk olarak olası yangın durumlarında kullanılmak üzere bölgenin çeşitli yerlerine su tankerleri yerleştirildiği ve yöre halkı ile yerel işletmecilere yangın eğitimleri verildiği bilgisini paylaşıyor.

İki yıl boyunca Akyaka, Köyceğiz ve Taşlıca'da yürütülecek çalışmalarla üç ayrı sürdürülebilir turizm rotası oluşturulacak. Bu kapsamda Akyaka'da doğa ve kültür turizm rotası, Köyceğiz'de doğa turizmi rotası, Taşlıca'da ise kültür ve gastronomi turizmi rotası oluşturmak için çalışmalara da baş-

landı. Bu alanlarda oluşturulacak rotalarla, bölgeye sorumlu turizm anlayışının kazandırılması hedefleniyor.

Ana hedef: Kadınların güçlenmesi

Gelecek Turizmde'nin en önemli özelliklerinden biri de en başından bu yana kadınların güçlenmesi hedefiyle oluşan ve gelişen bir program olması. Yeni dönemde de bu alandaki çalışmaların bir adım öteye taşıdığı üzerinde özellikle duruluyor. Selda Susal Saatçi, bugüne dek destekledikleri tüm destinasyonlara taşıdıkları toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifini, bir eylem planına ve manifestoya dönüştürdüklerine dikkat çekiyor. Susal Saatçi; Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eylem Planı'yla Gelecek Turizmde kapsamında destekledikleri tüm destinasyonlardaki yerel paydaşlarını da buna uygun fikirler ve faaliyetler geliştirmeye teşvik ettiklerini vurguluyor.

Selda Susal Saatçi, şu bilgileri veriyor: "Plana göre örneğin, yöredeki turizm modelleri ve odak alınacak kültürel, coğrafi ve



SELMA SUSAL SAATÇİ-PELİN RODOPLU

ekonomik değerler belirlenirken, yöre halkından kadın ve erkeklerin eşit katılımıyla öneriler alınacak. Tüm bu görüş ve toplantı süreçlerinde, kadınların katılımını teşvik edecek mekan ve tarih seçimi yapılacak, kadınların sürece katılımının önündeki engelleri aşmak için çocuk bakımı gibi konularda çözümler sunulacak. En az 500 kişiye sür-

dürülebilir turizm eğitimleri verilecek ve ayrıca bölgede sürdürülebilir turizm alanında rol almak isteyen en az dört kadın girişimciye hibe, mentorluk ve iletişim desteği sağlanacak.”

Yerel ekonomik kalkınmaya katkı

Gelecek Turizmde'nin bir diğer paydaşı ise UNDP. UNDP Türkiye Sürdürülebilir Kapsayıcı Büyüme Portföyü Yöneticisi Pelin Rodoplu; turizmin Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma aracı olarak yer edinmesi, girişimciliği teşvik ederek yerel rol modellerin oluşturulması ve kamu, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplumu bir araya getirerek yerel ekonomik kalkınmaya katkı sağlama amacıyla çalıştıklarına değiniyor. İklim değişikliğine de dikkat çeken Rodoplu, “Turizm sektörü, iklim değişikliğine karşı da oldukça kırılgan bir sektör. Türkiye'de son iki yıldır yaşanan yangınlar, iklim kriziyle mücadele kapsamında afetlere karşı dayanıklı turizm modelleri inşa etmenin gerekliliğini ortaya koyuyor” diye konuşuyor.

Pelin Rodoplu'ya göre; turizmi sürdürülebilir kılmak, turizme katkı sağlayan ve turizmden etkilenen neredeyse herkese dokunmayı gerektiriyor. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eylem Planı'nın sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan beşincisine katkı sağladığına da işaret eden Pelin Rodoplu; sürdürülebilir turizm aracılığıyla kadın girişimcilerin desteklenerek sosyal ve ekonomik olarak güçlenmesi yoluyla cinsiyete dayalı ekonomik şiddetin önlenmesi, azaltılması için çalışmalarını sürdürdüklerini de sözlerine ekliyor.

Hangi konularda eğitimler verilecek?

Yeni dönemde eğitim ve farkındalık çalışmalarıyla bölgenin afetlere dayanıklı ve sürdürülebilir turizm destinasyonu olması için 500 kişiye eğitim verilmesi planlanıyor. Eğitimlerde turizm işletmeleri, STK'lar, kamu kurumları, yerel yönetimler, yöre halkı, özellikle kadınlar ve gençlere ulaşılması hedefleniyor. Bu kapsamda sürdürülebilir turizm, turizmde sertifikasyon, kültürel miras, sorumlu turist, destinasyon yönetimi, sorumlu üretim ve tüketim, orman yangınları, afetlere hazırlıklı olma, afet risklerini azaltma gibi konuların yanı sıra girişimcilik, pazarlama, markalaşma, e-ticaret, dijitalleşme, toplum temelli kalkınma gibi eğitimler de verilecek.

Oteller Elektraweb ile 'bulut'a ulaştı

Teknolojideki baş döndüren gelişmeler verilere kolay ulaşma ve verilerin korunması sorununu da ortaya çıkardı. Talya Bilişim Yönetici Ortağı Nilüfer Durukal, "Elektraweb Otel Programı Türkiye'de 2 bin otel tarafından kullanıyor. Programı kullanan oteller, verilerini bulutta saklarken zamandan ve bütçeden tasarruf sağlıyor" diyor.

Bulut teknoloji, yeniliklere daha hızlı ulaşma, daha esnek kaynaklar ve daha ölçeklenebilir bir çalışma şekli sunmasıyla artık günümüzün vazgeçilmez yatırımları arasında yerini alıyor. Turizmde de hızlı bir şekilde kendine yer edinen bulut teknolojilerine geçişte oteller ve acenteler atığa kalktı. Türkiye'nin önde gelen yazılım şirketlerinden Talya Bilişim'in, tamamını Türk mühendislerle turizm sektörüne yönelik geliştirdiği, 4 kıta ve 23 ülkede kullanılan Elektraweb Otel Programı, web tabanlı bulut yapısı ile tesislerin birkaç yılda bir yenilenmesi gereken sunucu, sunucu lisansları, virüs programları, yedekleme gibi maliyetlerini ortadan kaldırıyor. Oteller programı internet bağlantısı olan, akıllı bir telefon, tablet ya da bilgisayar ile rahatlıkla kullanabiliyor. Böylece işletmeler hem zamansal hem de bütçesel olarak tasarruf ediyor.

Talya Bilişim Yönetici Ortağı Nilüfer Durukal, programın oteller için çok büyük bir çözüm ortağı olduğunu vurguluyor. Durukal, "Web tabanlı bulut yapısı ile tesislerin birkaç yılda bir yenilenmesi gereken sunucu, sunucu lisansları, virüs programları, yedekleme gibi maliyetlerini ortadan kaldırıyor. Bu programla işletmeler hem zamansal hem de bütçesel olarak tasarruf ediyor" diye konuşuyor.

2 bin otel kullanıyor

Turizm sektöründe pandemiyle birlikte bir dijitalleşme atığı başladı. Nilüfer Durukal, turizm sektöründe bulut teknolojilere

4 kıtada 23 ülkede kullanılıyor

Tamamen Türk mühendisler tarafından üretilen yüzde 100 yerli bir ürün olan Elektraweb Otel Programı, 4 kıta 23 ülkede kullanılıyor. Azerbaycan'da 60'a yakın otelde Elektraweb'i kullanırken İspanya ve İtalya gibi önemli turizm destinasyonlarında da kullanıcıları var. Her ülkede bir dağıtıcı üzerinden büyümeyi hedefleyen şirketin hedefinde Afrika pazarı ve Balkan ülkeleri bulunuyor.

geçişin hızlandığını, Türkiye'de 2 bin otelin Elektraweb Otel Programı'nı kullanmaya başladığını söylüyor.

Talya Bilişim'in geliştirdiği teknolojilerin otellerin ve acentelerin "hızlı, güvenli, hatasız, verimli ve ekonomik çözüm" beklentilerini tam anlamıyla karşılayan yapılar olduğuna dikkat çeken Durukal, bu kapsamda hayata geçirdikleri Elektraweb Otel Programı'nın oteller için çok büyük bir çözüm ortağı olduğunu kaydediyor. Durukal, "Konaklama tesislerinin uçtan uca dijital olarak yönetilebilmesini sağlayan Elektraweb Otel Programı, web tabanlı bulut yapısı ile tesislerin birkaç yılda bir yenilenmesi gereken sunucu, sunucu lisansları, virüs programları, yedekleme gibi maliyetlerini ortadan kaldırıyor" diyor.

Elektraweb Otel Programı'nın 4 kıta 23 ülkede kullanıldığını belirten Durukal, "Tamamen Türk mühendisler tarafından üretilen yüzde 100 yerli bir ürünün global anlamda bu kadar kısa sürede yaygınlaşması firma olarak bizi çok gururlandırıyor" diyor. Azerbaycan'da 60'a yakın otelde Elektraweb'in kullandığını anlatan Durukal, "İspanya

ve İtalya gibi önemli turizm destinasyonlarında kullanıcılarımızın olması bizi daha da mutlu ediyor. Her ülkede bir dağıtıcı üzerinden büyümeyi hedefliyoruz. Öncelikli hedefimiz ise Afrika pazarı ve Balkan ülkeleri" ifadelerini kullanıyor.

Bulutta korunuyorlar

Elektraweb Otel Programı'nın internet bağlantısı olan, akıllı bir telefon, tablet ya da bilgisayar ile rahatlıkla kullanabildiğini anlatan Durukal, "Bu özelliği mobilitayı beraberinde getiriyor. Bir diğer avantajı ise verileri güvenli bir alanda tutması. Çünkü bulut sistemler hem çok ciddi şekilde korunuyor hem de dünyanın farklı lokasyonlarında verilerin eş zamanlı kopyalarını tutarak veri güvenliğini garanti altına alıyor. Üstelik Elektraweb'de işlenen ve saklanan bilgiler Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve Avrupa Birliği Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) kapsamına göre kayıt altına alınıyor. Bu özelliklerin hepsi işletmelerin hem zamansal hem de bütçesel olarak tasarruf etmelerinin önünü açıyor" ifadelerini kullandı.

Elektraweb Otel Yazılımı'nın online re-

zervasyon motoru, kanal yönetimi, Google ve sanal pos entegrasyonu özelliklerini ön büroya dahil eden tek otel yönetim sistemi olduğuna dikkat çeken Nilüfer Durukal, bunun aynı zamanda en kapsamlısı olduğunu kaydetti.

“Tüm idari, finansal ve operasyonel süreçlerinizi tek program üzerinden yönetebilirsiniz. Bu sayede 15 farklı firma yerine tek firma muhatap olursunuz ve tüm sistem entegre bir şekilde sorunsuz bir şekilde çalışır” diyen Durukal, şöyle devam ediyor:

“Elektraweb Otel Yazılımı, otellerin satış potansiyellerini de en üst seviyeye çıkaran, her türlü verinin raporlanmasını sağlayarak akılcı stratejiler ‘öneren’ bir sistem. Bunlara ek olarak otel rakiplerinin bütün satış kanallarındaki fiyatlarını analiz edilerek

en uygun fiyatın belirlenmesini sağlayan ‘Fiyat Yönetimi’ modülü ve doluluk arttıkça fiyatında yükselmesini sağlayan ‘Dinamik Fiyat Yönetimi’ modüllerini de ücretsiz olarak kullanıcılarımıza sunuyoruz.”

Ön büro hizmeti kalkacak

Önümüzdeki yıllarda turizm teknolojilerinde beklenen yeniliklere dair de bilgi veren Durukal, şunları söylüyor: “Yapay zeka kavramının global anlamda turizm ve otelcilik sektöründe çok daha fazla yer alacağını öngörmek zor değil. Zaten hâlihazırda fiyat yönetimi süreçlerinde kullanıyoruz. Önümüzdeki yıllarda kişiye özel ürün/hizmetler sunma, müşteri ilişkileri ve hizmetleri, talep tahminleme, müşteri verilerinin analizi, müşteri tercihlerine uygun öneriler

geliştirme, tüketici davranışlarını anlama ve yorumlama konusunda yapay zeka uygulamaları vazgeçilmez olacak.”

Otellerin ön bürolarının orta vadede fiziki işlevlerini yitirmeye başlayacaklarına dikkat çeken Durukal, “Resepsiyon işlemlerinin hepsini daha şimdiden online yapabiliyoruz zaten. Öğrenebilen robotlarla, hiç dilini bilmediğiniz bir ülkede Türkçe karşılanmamız ve olası sorularımıza kendi dilinizde cevap alabilecek olmak çok uzak bir tarih gibi görünmüyor. Yine çok yakın bir gelecekte ‘Nesnelerin interneti’ gündelik hayatımızda çok daha etkin bir kavram olacak. Tesisteki cihazlar, muhtemel arızalarını kendileri tahmin edip, yedek parça veya değişim siparişlerini kendileri verebiliyor olacaklar” şeklinde konuşuyor.

NİLÜFER DURUKAL



“KOBİ’ler siber güvenlik stratejisi geliştirmeli”

Şirketleri geleceğe taşımak, verimlilikleri ve kârlılıklarını artırmak hedefiyle 2003’te kurulan Telcoset; ürün satışı da olan bir sistem entegratörü olarak faaliyet gösteriyor. Kurulştan bu yana her yıl yüzde 10-15 büyüdüklerini ve büyümeyi hep yeni iş alanlarına girerek gerçekleştirdiklerini kaydeden Telcoset CTO’su Serdar Balık; 2022’yi cirosal olarak yaklaşık yüzde 40, tekrarlayan gelirde yaklaşık yüzde 60 büyümeyle kapatmayı hedeflediklerini kaydediyor. Yönetilen hizmetler ve siber güvenlik alanlarında yatırımlar yaptıklarını ve 2023’te bu alanlarda genişlemeyi planladıklarını söyleyen Serdar Balık’ın KOBİ’lere de önemli mesajları var. “KOBİ’ler her geçen gün dijitalleşmenin önemini daha iyi kavıyor. Ancak siber güvenlik konusu KOBİ’ler için hala önemli bir risk” diyen Serdar Balık’a göre; KOBİ’ler, siber saldırıların şirket kârlılığına olan olumsuz etkisi konusunda daha da bilinçlenmeli ve etkili bir siber güvenlik stratejisi geliştirmeli. Serdar Balık, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Çözümlerinizi hakkında bilgi verirsiniz?

Telcoset olarak 2003’ten bu yana yurtiçinde ve yurtdışında bilgi teknolojileri (BT) alanında ‘sistem entegrasyonu, yönetilen servisler (managed services) ve veri merkezi’ başlıklarında kurumsal müşterilerimize uçtan uca iş çözümleri ve servisleri sunuyoruz. Biz ürün satışı da olan, ‘yönetilen servisler’ alanına doğru genişleyen bir sistem entegratörüyüz.

Telcoset değer zincirinin; danışmanlıktan BT ihtiyaçlarının belirlenmesine, tasarımdan çözüm oluşturmaya, kurulumdan test, devreye alma, işletim hizmeti ve bakım hizmetlerine kadar geniş bir kapsamı bu-

Telcoset; BT alanında ‘sistem entegrasyonu, yönetilen servisler, veri merkezi’ başlıklarında kurumsal müşterilerine uçtan uca iş çözümleri ve servisleri sunuyor. Telcoset CTO’su Serdar Balık; “KOBİ’ler siber güvenliğe daha çok yatırım yapmalı ve siber tehditlere karşı daha çevik olmalı” diyor.

“Dijitalleşen müşterilerimizin yol arkadaşı olmaya devam edeceğiz”

“İNSAN VE MÜŞTERİ ODAKLIYIZ”: 2022’yi cirosal olarak yaklaşık yüzde 40, tekrarlayan gelirde yaklaşık yüzde 60 büyümeyle kapatmayı hedefliyoruz. 2022’de birçok yeni kurumsal müşteriye de hizmet vermeye başladık. 2023 için de insan ve müşteri odaklı bir çalışma planımız bulunuyor. Yönetilen hizmetler ve siber güvenlik alanlarında yatırımlarımız var ve bu alanlarda genişlemeyi planlıyoruz.

“ÜRÜN PORTFÖYÜMÜZÜ GELİŞTİRİYORUZ”: Telcoset; orta ve uzun vadede yenilikçi çözüm ve hizmetleri ile dijitalleşen müşterilerinin yol arkadaşı olmaya devam edecek. Bu misyonu benimseyerek yatırımlarımıza yön veriyoruz. Biz yatırımlarımızı her zaman ürün portföyümüzü geliştirmek üzerine yapıyoruz. Bunun yanı sıra, halihazırda verdiğimiz çözümleri de gruplayarak ürünleştirme yoluna gidiyoruz. Özellikle yönetilen hizmetler, siber güvenlik ve altyapı alanında bu yıl hizmet ürünlerimizi duyurmaya devam edeceğiz.

lunuyor. Tüm projelerde uluslararası proje standartlarına uygun Telcoset Proje Yönetim Metodolojisi’ni kullanıyoruz. 7/24 çağrı merkezimiz, yerinde ve uzaktan sağladığımız servisler ve geniş iş ortaklık ağımla müşterilerimize kalite standartlarına uygun çözüm ve servisler sunmayı benimsemiş bir şirketiz.

Kurulştan bu yana nasıl bir gelişim gösterdiniz?

Sistem entegratörü olarak, bilgi ve iletişim teknolojisi (ICT) çözümleri sunma ve tekrarlayan gelirler sağlayacak servisler verme hedefiyle kurulduk. Bu kapsamda ilk başlarda sadece sistem entegratörü ve destek hizmetleri veriyorduk. Öncelikli ama-

cımız; belli alanlarda uzmanlaşmaktı. Bunun için Cisco, HP, Microsoft ile iş ortaklıklarına başladık. İlk uzmanlığımız Cisco’nun IP phone ve collaboration araçları konusunda oldu. Yıllar içinde sektörde değişen ve yeni gelişen ihtiyaçlara yönelik hedefler koyarak ve bunları gerçekleştirerek ilerledik. Örneğin, veri merkezi kuruluşları hedeflerden biri değildi. Ancak bu ihtiyacı fark ederek bu alanda da hizmet vermeye başladık.

Veri tarafına ne zamandır ağırlık veriyorsunuz?

Bu uygulamalar şirketlere kendi iş süreçlerini uluslararası standartlara getirme olanağı sunuyor. Biz şirketlerin dijital dönüşüm yolculuklarında doğru temeller atma-

larını sağlamakla başlayıp, onları uluslararası rakipleriyle rekabet edebilecekleri çevikliğe ulaştırıyoruz. Bu bilinçle 2008'de Türkiye'nin ilk yerel veri merkezi danışmanlık firması olan ITPS'i kurduk. 2015'te servis tarafını yeniden yapılandırdık ve yönetilen servisler tarafına ağırlık verdik. Tüm bu adımlarımızla kuruluştan bu yana her yıl yüzde 10-15 arası büyümeyle ilerledik ve büyümeyi de yeni iş alanlarına girerek gerçekleştirdik. Şu anda Türkiye'nin ilk 500 şirketiyle çalışıyoruz.

SERDAR BALIK



KOBİ'ler dijital dönüşümde hangi noktadalar?

Dijitalleşme KOBİ'ler için de rekabet piyasasında erimemek ve sürdürülebilirlik sağlamak için daha çok önem taşıyor. Bu durumun farkında olan şirket sayısının arttığını ve bu şirketlerin yatırımlarının büyük bir kısmını dijitalleşmeye kaydardıklarını görüyoruz. KOBİ'ler her geçen gün dijitalleşmenin önemini daha iyi kavlıyor. Ancak siber güvenlik konusu hala önemli bir risk taşıyor.

Veri güvenliği ve siber güvenlik konularında KOBİ'lere önerileriniz neler olur?

Sistemin düzgün işlemesi, operasyonların öngörülebilirliğinin artması ve sağlıklı üretim planlaması için veri güvenliğinin sağlanması gerekiyor. Araştırmalara göre, en çok KOBİ'ler saldırıya uğruyor. Bu saldırılar karşısında şirketlerin yeterince önlem almadığının anlaşıldığı araştırma sonuçları, 2022'de siber saldırılarda geçmiş yıla oranla yüzde 13 artış yaşandığını ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, KOBİ'lerin sadece yüzde 5'i bu riskin öneminin farkına varmış durumda. Yani KOBİ'ler, siber saldırıların şirket kârlılığına olan olumsuz etkisi konusunda daha da bilinçlenmeli. Türkiye'nin önünde epey yol bulunuyor. Siber güvenliğe gerekli yatırımı yapmayan KOBİ'ler, tahminlerinin ötesinde para ve itibar kaybı yaşayabiliyor.

“KOBİ'ler siber tehditlere karşı daha çevik olmalı”

“Yeni dünyada artık para değil, veri konuşuyor. Veri madenciliği ve veriye ulaşan, her türlü gücü elde ediyor. Bu nedenle güvenlik önlemleri zayıf olan sistemler hacker'lar için cazibe merkezi. Araştırmalar, KOBİ'lerin bu saldırılar karşısında ne kadar savunmasız olduğunu ortaya koyuyor. Bu nokta şirketlerin etkili bir siber güvenlik stratejisi geliştirmeleri gerekiyor. Bunun için şirketler siber güvenlik alanına daha çok yatırım yapmalı ve siber tehditlere karşı daha çevik olmalı. Türkiye'deki şirketlerin sanayinin en ileri aşaması olan endüstri 4.0'a olan adaptasyonu bizim için umut verici. Ancak Türk ekonomisinin lokomotif olan KOBİ'lerin tam anlamıyla bu süreçten faydalanması için atması gereken birçok adım var. Bu adımların ilk sıralarında yeterli sayıda güvenlik çalışanının istihdam edilmesi yer alıyor. Bununla birlikte etkili bir yedekleme sistemi geliştirmeleri şart. Aynı zamanda siber saldırılara ve bu saldırıların türlerine karşı saldırı sonrası kurtarma planları hazır olmalı.”

Güney Kore'nin başkentinde showroom açacak

Finansal hedeflerine yılın dokuz ayında ulaştıklarını söyleyen Ensari Deri Yönetim Kurulu Başkanı Muhammet Nuri Ensari, yeni yatırımlarla büyümeyi hedeflediklerini söylüyor. Ensari, Güney Kore'nin başkenti Seul'de showroom ve irtibat ofisi açacaklarını belirtiyor.

Temelleri 1993 yılında atılan Ensari Deri, Türkiye'nin en önde gelen kuzu derisi işleme firmalarından biri. 18 bin metrekare kapalı alandan oluşan tesisinde her yıl yüksek kalitede tedarik ettiği ortalama 9 milyon ayak kuzu derisini işleme kapasitesine sahip olan şirket, yurt içinde birçok öncü markanın deri ihtiyacını karşılarken, birçok ünlü yabancı markanın da tedarikçisi durumunda. Güney Kore'den İtalya'ya, Avusturya'dan ABD'ye kadar Asya, Avrupa ve Amerika kıtasındaki pek çok ülkeye ihracat yapan şirket, moda dünyasındaki yenilikleri ve son gelişmeleri yakından takip ederek koleksiyonunu yılda iki kez yeniliyor. 258 bin yatırımcının katılımıyla 2022 yılının mart ayında halka açılarak daha da güçlendiklerini belirten

Ensari Deri Yönetim Kurulu Başkanı Muhammet Nuri Ensari, "Yapacağımızı yeni yatırımlarla daha da büyötmeyi hedefliyoruz. Bir diğer hedefimiz olan satış ağıımızı, genişletmek amacı ile Uzak Doğu'nun yükselen cazibe merkezi Güney Kore'nin başkenti Seul'de showroom ve irtibat ofisi açmaya karar verdik" diyor. Şirket ayrıca sürdürülebilir enerji ve çevre konusunda gösterdiği duyarlı yaklaşımla Tekirdağ'da bulunan fabrikasının 2 bin 885 metrekarelik çatı alanına güneş enerjisi yatırımı da yapacak.

Finansal hedeflerine ulaştı

Şirket olaraksa finansal hedeflerine 9 ayda ulaştıklarını vurgulayan Ensari, ilk dokuz ayda ciro, brüt karlılık ve esas faaliyet karlılığında pozitif yönde dikkat çekici bir gelişme yaşadıklarını değıniyor. Ensari, şunları anlatıyor: "2021 sonunda 116 milyon TL

olan şirketin dönen varlıkları Eylül 2022'de 289 milyon TL'ye ulaştı. Eş zamanlı olarak stoklar 56 milyon TL'den 123 milyon TL'ye artış gösterdi. Geçen yıl sonu 288 milyon TL olan şirketimizin toplam varlıkları ise Eylül 2022'de 469 milyon TL'ye yükseldi. Şirketimizin net işletme sermayesi ise Eylül 2022'de 77 milyon TL artıya geçti."

En çok ihracat Almanya'ya

Sektörel ihracat İDMİB İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından yayınlanan aylık rapora göre 2022 yılı Ocak-Ağustos döneminde, deri ve deri ürünleri ihracatında yüzde 21,1 oranında artış yaşandı ve 1 milyar 1,32 milyon dolar olarak gerçekleşti. Deri ve deri ürünleri ihracatımızda 2022 yılı Ocak-Ağustos döneminde

en önemli ihracat pazarımız ise yüzde 34,8 artış oranı ile Almanya oldu. Bu dönemde Almanya'ya yapılan ihracatımız 110,4 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Türkiye'ye talep artacak

Özellikle artan lojistik fiyatları ve Uzak Doğu'da uygulanan çevreci politikalar ve bu politikaların getirdiğı maliyetler sebebiyle deri sektöründe Türkiye'ye olan talebin artmasının beklendiğinin altını çizen Ensari, şöyle devam ediyor: "Şu anda kürklü deriyi en iyi üreten ülke Türkiye. Fabrikalarımız, üretim kalite ve kapasitesi olarak dünya çapında önde gelen firmalarla rekabet edebilecek güçte. Bizim rakibimiz Çin'di. Yaptığımız çalışmalarla Çin'deki rakiplerimize üstünlük sağlıyoruz artık. Şimdi hedefimiz İspanya ve İtalya'daki rakiplerimizin önüne geçmek. Onlarla da rekabet edecek hem gücümüz var hem de AR-GE'miz mevcut."



NURİ ENSARİ

İki yılda 25 milyar TL hacme ulaştı

Tedarik Zinciri Finansmanı ve Onaylı Fatura Finansmanı ürünleriyle alıcı, satıcı ve finansal kuruluşları bu amaçla buluşturan FaturaLab, bin 200 tedarikçi ve 18 finansal kurum ile çalışıyor. Yatırımcıları arasında Faruk Eczacıbaşı, Sina Afra gibi isimlerin bulunduğu platform, 25 milyar TL'yi aşkın ticaret hacmine ulaşmış durumda.

Son dönemde hem kaynakların ticaretin finansmanına yönlendirilmesi hem de özellikle KOBİ'lerin teminat sorununun ortadan kaldırılmasına imkân veren fatura temelli finansman çözümleri giderek daha fazla gündeme gelmeye başladı. FaturaLab, Tedarik Zinciri Finansmanı ve Onaylı Fatura Finansmanı ürünleriyle alıcı, satıcı ve finansal kuruluşları bu amaçla buluşturan bir platform.

2020 yılında aktif olarak faaliyetlerine başlayan platformun ticaret hacmi ise 25 milyar TL'yi aşmış durumda. 1.500 tedarikçi ve 18 finansal kurum ile çalıştıklarını ifade eden FaturaLab CEO'su Emre Aydın, "Bu sektörde faaliyet gösteren iki şirket daha var ama biz onlardan farklıyız. Onlar bir alana odaklanırken biz işletme sermayesi optimizasyonunun üç ayağına da bakıyoruz. Ayrıca işbirliği amaçlıyız ve bağımsız kalmayı hedefliyoruz. Yurtdışı planlarımız da var. Ayrıca 2023'ün ikinci yarısında yatırım turuna çıkmayı hedefliyoruz" diyor.

Yurtdışına açılacak

Tedarik zinciri finansmanı ve onaylı fatura finansmanı ürünleriyle alıcı, satıcı ve finansal kuruluşları bu amaçla buluşturan FaturaLab, tüm süreçleri dijital platformu üzerinden yürütüyor. Böylece sürecin uzamasına neden olan belgelerin toplanması, telefon görüşmeleri ve e-posta yazışmalarına gerek kalmıyor. Fatura, tek bir

platform üzerinden işletmelerin birincil finansman kaynağı olarak kredi piyasalarına kazandırılıyor farklı alanlardan pek çok şirket ile çalıştıklarını dile getiren Emre Aydın, önümüzdeki dönemde yurtdışına da açılmayı planladıklarını belirtiyor.

İş birlikleri ve partnerlerle yurtdışına açılmayı doğru bulduklarını söyleyen Aydın, şunları anlatıyor: "Hedef pazarlarımız Hollanda, Polonya, İngiltere ve İspanya. Bu ülkeleri seçmemizin çeşitli nedenleri var. Mesela İspanya dünyadaki bir numaralı faktoring ülkesi. İngiltere ise Avrupa'da ve oradan Middle East'e açılmak için kritik bir öneme sahip. Polonya'da ise

tedarik zinciri finansmanı çok yaygın. Üretim üssü ve kaliteli tedarik cenneti. Hollanda ise sermayenin çok rahat hareket ettiği bir ülke. Hukuki ve iş kurma altyapısı çok iyi. Önceliğimiz İspanya ve İngiltere'den yana."

2024 hedefi 7,5 milyar dolar

Gayrimenkul, makine ve diğer ekipmanlar gibi sabit varlıklar, teminat niteliği taşımakla beraber likide edilmesi son derece zor ve üstelik şirketin nakit akımından kopuk varlıklar. Oysa, işletmelerin günlük işleyişlerinin ve nakit akışlarının bir parçası olan faturalar ise atıl duran doğal bir teminat kaynağı. Tedarik Zinciri Finansmanı alanında Türkiye'de açık ara pazar lideri olduklarını belirten Emre Aydın, "Fatura lehtarının ödeme garantisi, temlik ve kesin ödeme tarihi alınamaması gibi nedenlerden dolayı bugüne kadar finans sistemi, faturayı bir teminat ya da ödeme garantisi olarak değerlendirmiyor. FaturaLab olarak, Tedarik Zinciri Finansmanı ve Onaylı Fatura Finansmanı çözümlerimizle bu çıkmazı ortadan kaldırıyoruz. 2024 sonu hedefimiz 7.5 milyar dolar" diyor.



EMRE AYDIN

"Türkiye'de pazar lideriyiz"

"Dinamik iskonto, nakit pozisyonu güçlü firmaların, banka oranlarıyla tedarikçilerinin faturalarını iskonto etmelerine imkân tanıyor. FaturaLab farklı muhasebe / ERP sistemleri ile tamamen entegre olan, kullanan firmalara hiçbir ek maliyet ve operasyonel yük getirmeden işletme sermayesi optimizasyonu yapan bir platform. AR-GE çalışmalarına devam ederken, hali hazırda kullanılan ürünleriyle Türkiye pazarındaki liderliğimizi sürdürüyoruz."

Epilepsi hastaları için erken uyarı sistemi

Yazılım mühendisi olan ve şu an Batman Üniversitesi Bilgisayar Teknolojileri Bölümü'nde doktor öğretim görevlisi olarak görev yapan Yasin Sönmez, aynı zamanda bir girişimci. İlk şirketini 2012'de Dicle Teknokent'te kuran Sönmez; 10 yıl içinde farklı alanlarda çalışan akademisyenlerin oluşturduğu bir konsorsiyumla sağlık alanında çeşitli AR-GE projeleri gerçekleştirdi. Bu projeler içinde yer alan 'inEpilepsy' uygulaması da 2016'da başlanan AR-GE çalışmaları sonucunda ortaya çıktı.

inEpilepsy'nin kurucu ekibi; Yasin Sönmez ile birlikte elektrik elektronik mühendisi Prof. Dr. Necmettin Sezgin, nöroloji uzmanı Prof. Dr. Eşref Akıl ve elektrik elektronik mühendisi Prof. Dr. Ömer Faruk Ertuğrul'undan oluşuyor. Mevcut ekipte altı bilgisayar ve üç elektronik mühendisi daha var. Proje 2016'da TÜBİTAK 1507 KOBİ AR-GE Destek Programı ile başlayan ekip; ürün aşamasında KOSGEB ileri girişimcilik ile makine teçhizat desteği aldı.

180 saniye önceden uyarı

inEpilepsy, epilepsi hastaları için akıllı telefonlara yüklenen bir uygulama. inEpilepsy CEO'su Yasin Sönmez; inEpilepsy'nin hastaya kriz gelmeden 180 saniye öncesinde uyarı vererek kendisini güvenli bir pozisyona almasını sağladığını ve böylece düşme, çarpma, yanma gibi travmalara karşı hasta-

Ulusal patenti alınan inEpilepsy, epilepsi hastalarına kriz gelmeden 180 saniye önce uyarı veriyor. inEpilepsy CEO'su Yasin Sönmez; "2023'ün sonuna kadar 500 binin üzerinde hastaya ulaşmayı hedefliyoruz. Avrupa, Ortadoğu ve ABD ofislerini açmak için çalışmalara başladık" diyor.

ları koruduğunu söylüyor. inEpilepsy'yi 'hayat kurtaran bir erken uyarı sistemi' olarak özetleyen Sönmez; uygulamanın yapay zekâ sayesinde kişiye özel öğrenimler yaparak epilepsi krizini veya epilepsi olmayan uyarıları anladığının, bu yönüyle gelişime açık, öğrenen bir sistem olduğunun altını çiziyor.

Dünyada sadece nöbet anında ilgililerin uyarılmasını sağlayan üç-dört uygulama olduğu kaydediliyor. Yasin Sönmez; inEpilepsy uygulamasının en belirgin ve güçlü yönünün, nöbet gelmeden 180 saniye önce hasta ve hasta yakınlarını uyarması olduğunu ve bu özelliğin de dünya literatüründe bir ilk olduğuna dikkat çekiyor. Sönmez; "Uygulama, Türk bilim insanlarının ve mühendislerinin çalışmaları sonucunda dünyaya sunuldu. Ulusal patentimiz mevcut. Uluslararası patent başvurularımızı da yaptık" diye konuşuyor.

En yaygın beyin hastalığı

Türkiye'de 950 bin, dünyada 50 milyon kayıtlı epilepsi hastası bulunurken bu has-

talık en yaygın beyin hastalığı konumunda bulunuyor. Her yıl 2 milyon kişiye epilepsi tanısının konduğunu kaydeden Yasin Sönmez; bu hastalığın teşhisinde ve tedavisinde başarının, hastanın anamnezine dayalı nöbet geçirme sıklığının ve şiddetinin doğru ölçülmesine bağlı olduğunu belirtiyor. Bu ölçümlerin, video EEG odasında bir doktor ve gözetiminde hastanın belirli bir süre (genellikle 7 gün) izlenmesiyle yapıldığını aktaran Yasin Sönmez, bu izlem esnasında hastanın nöbet geçirmesinin beklenerek nöbet anına ilişkin verilerin kaydedildiği bilgisini veriyor.

Video EEG odalarının sayısı, genellikle büyük üniversite hastanelerinde mevcut olduğundan, oldukça az. Bu nedenle tanı konulacak hastanın hem en az altı ay sıra beklemesi gerekiyor hem de sırası geldiğinde nöbet geçirmesi bekleniyor. Sırası gelene kadar potansiyel epilepsi hastası olarak kabul edilen ve doktora ilk başvuruda nöbet baskılayıcı ilaç kullanmaya başlayan epilepsi hastalarının, herhangi bir anda oluşabil-

"Epilepsi hastalarının araç kullanabilmesini sağlayacağız"

"inEpilepsy uygulaması, barındırdığı yapay zekâ teknolojisi sayesinde self öğrenme sistemine sahip. Kişiye özel nöbet algılama sisteminin başarısını daha da artırmak istiyoruz. Donanım tarafında gelişen teknoloji sayesinde, nano boyuta indirgenen çip ve sensörler ile 'nano boyutta deri altı invazif uygulamaları' yapmak gibi hedeflerimiz var. Ayrıca epilepsi hastalarının araç kullanabilmesi için araca entegre uyarı ve frenleme sistemi, nöbet anında aktifleşen koruyucu hava yastığı gibi sistemleri de yakın zamanda hastaların kullanımına sunacağız. Bu arada farklı uygulamalar üzerine AR-GE çalışmalarımız da sürüyor. Yakın gelecekte tanıtacağımız 'kalp krizinin erken uyarımı uygulaması' ile ani kalp krizine bağlı ölümleri önlemeyi hedefliyoruz."

YASİN SÖNMEZ



ği için nöbet sırasında zarar görme olasılığı olduğunu da belirtiyor.

Nöbet geldiğini haber veriyor

Peki, çözüm ne? Yasin Sönmez'e göre, ana ekseninde problemi ortadan kaldıracak çözüm, video EEG odasında alınan verilerden yola çıkarak donanım teknolojisinin yanında yapay zekâ yazılımıyla epileptik/epileptik olmayan nöbetlerin birbirinden ayrılması, hasta ile doktor arasında güvenli veri iletişiminin sağlanması, nöbet anında hasta ve hasta yakınlarının uyarılması. Sönmez; "Biz de yapay zekâ yazılımıyla inEpilepsy'i nöbet gelmeden 180 saniye önce nöbet geldiğini haber veren akıllı bir bileklik olarak tasarladık. Uygulama, hastalar üzerinde denenmiş ve çıktıları doğrulanmış bir yazılıma sahip" diyor.

Yasin Sönmez; inEpilepsy uygulamasının ilk çıktılarından, 100'e yakın hasta üzerinde denenmiş simülasyon ve hastane ortamındaki testler aracılığıyla doğrulandığını ve başa-

rıyla sonuçlandığını kaydediyor. Sönmez; hastane testleri sürecinden sonra gerçek ortamda uygulamayı deneyen hastaların yüzde 95'inden olumlu geri dönüş aldığına ve uygulamayı çeşitli sivil toplum platformlarında tavsiye ettiklerine de değiniyor.

Yurtdışında ofis açılacak

inEpilepsy uygulaması, şu anda aktif olarak 300'e yakın kişi tarafından kullanılıyor. Ancak hedefler oldukça büyük. "2023'ün sonuna kadar 500 binin üzerinde hastaya ulaşmak gibi bir hedefimiz var" diyen Yasin Sönmez, bu amaç doğrultusunda Avrupa, Ortadoğu ve Amerika ofislerini açmak için yakın zamanda çalışmalara başladıklarını söylüyor. Uzun vadede ise hedef; dünyadaki kayıtlı 50 milyona yakın epilepsi hastasının hepsine ulaşabilmek. Bu hedefle her geçen gün ekibi daha da güçlendirdiklerine dikkat çeken Sönmez; şu an çeşitli ülkelerde yazılımı kullanan hastaların mevcut olduğu bilgisini de paylaşıyor.

"Nöbetler deprem kadar yıkıcı etkiye sahip"

"Epilepside doğru tanıyı koymak İngiltere gibi bir ülkede bile ortalama yedi yıl sürüyor. Bu süre zarfında hastalar sürekli şiddetli ilaçlar kullanmak zorunda kalıyor ve deyim yerindeyse bir 'cam fanus' içinde sosyal hayattan kopuk yaşıyorlar. Bu açıdan, inEpilepsy uygulamasını '50 milyon kişinin yaşadığı bir yerleşim merkezinde meydana gelebilecek bir depremi 180 saniye önce haber veren bir uygulama' olarak tanımlayabiliriz. Çünkü epilepsi nöbetleri esnasında düşme, çarpma, yaralanma travmalarına bağlı ölüm oranları yüzde 26 civarında bulunuyor. Yani aslında hastaların nöbetleri bir deprem kadar yıkıcı etkiye sahip. Biz ekip olarak bu yıkıcı etkiyi uygulama ile ortadan kaldırmayı hedefledik. Yazılım sayesinde epilepsi hastalarının yaşam konforu artıyor. Sosyal hayata katılabiliyor ve günlük rutin işlerini güvenle yapabiliyorlar. Epilepsi hastaları da sağlıklı ve normal bir birey gibi yaşayabiliyor."

“Anadolu kadınının ürünleri dünyaya ulaşıyor”

Gıdaya ulaşım son dönemde dünyanın en önemli gündem maddelerinin başında geliyor. Pandemi ile önemi giderek artan bu konu önümüzdeki yıllarda daha da önem kazanacak. Ülkemizde de durum pek farklı değil. Özellikle tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye ulaşana kadar geçirdiği süreç fiyatları yukarı taşıırken üreticiler maliyetlerini karşılamayan rakamlardan satış yapmak zorunda kalıyor. Bu durum da özellikle Anadolu'daki üreticinin tarlalarını boş bırakması, üretim yapmaması sonucunu doğuruyor. Oysa bir ülkenin özgürlüğü özellikle gıda konusunda kendi kendisine yetebilmesiyle ölçülüyor. Gıdanın önümüzdeki dönemde önemi daha da artacak. Gıdanın öneminin giderek arttığı ve üreticinin üretiminin desteklenmesi gerektiği gerçeğinden yola çıkan Gastronomi Derneği ülkemize örnek olacak bir proje üretti. Anadolu'daki üreticilere özellikle de Anadolu kadınına destek olma hedefiyle hayata geçen GT Anadolu projesi ile Anadolu'da üretilen ürünler Türkiye ve dünya ile buluşuyor. Şu an GT Anadolu markası İngiltere'ye mal satıyor. Çiftçinin emeğini paraya çevirmesi, hem kendine hem de ülke ekonomisine katkı sağlaması hedefiyle hayat bulan proje kapsamında Türkiye genelinde üretilen 200'den fazla ürün GTD Anadolu markası ile nihai tüketiciye ulaşıyor.

TÜRKİYE PROJESİ

GT Anadolu projesi, Türk üreticisine nihai tüketiciye ulaşma konusunda desket olan bir Türkiye projesi. Proje ile, ülkemizin gastronomik değerlerinin ön plana çıkartılıp döviz kazandırıcı hizmetler kapsamında ülkeye fayda sağlanması hedefleniyor.

Gastronomi Turizmi Derneği (GTD) Türkiye'ye örnek bir projeyi hayata geçirdi. GTD Başkanı Gürkan Boztepe, Anadolu insanının 200 çeşit ürününü GT Anadolu markası ile raflara taşıyan projeye ülke ekonomisine fayda sağlamayı hedeflediklerini söylüyor.



Crowne Plaza dükkan, Migros, Makro Center, Hepsiburada, Trendyol, PTT AVM üzerinden ve web'den ürünlerin satışı yapılırken her hafta yeni ürünler portföye ekleniyor. Önümüzdeki dönemde ürün çeşitliliğinin 2 bine ulaşması hedefleniyor.

GT Anadolu ile ilk iki yılda yıllık 100 milyon dolarlık gelir hedefleniyor. Ayrıca franchise yapılanması başlatılırken gerek ha-

valimanları gerek turist yoğun olan oteller gerekse sağlık kuruluşlarına 3 tip dükkan çalışması yapıldı. Önümüzdeki dönemde turist trafiğinin yoğun olduğu yurtiçi ve yurtdışı destinasyonlarında GT Anadolu'yu görmeye başlayacağız.

Gastronomi Turizmi Derneği (GTD) Başkanı Gürkan Boztepe ile projeyi ve gelecek dönem hedeflerini konuştuk.



GT Anadolu markasını oluşturma fikri nasıl ortaya çıktı ve ne zamandan beri satış yapılıyor? Hangi platformlardan satış yapılıyor?

GT Anadolu fikri Ticaret Bakanlığı ile toplantılarımız esnasında Anadolu'daki kadınlara ve üyelerimize destek olmak amaçlı çıktı. Fikir hızla geliştirilip projeye dönüştürüldü ve yaklaşık 3 aydan beri satış yapılmakta. Bahsi geçen Anadolu'da üretilen zeytinyağından sarmaya kadar çok çeşitli ürüne Crowne Plaza dükkan, Migros, Makrocenter, Hepsiburada, Trendyol, PTT AVM üzerinden ve web'den ulaşmak mümkün oluyor.

Türkiye'ye örnek olacak bu projeye hedefiniz nedir?

Bu projede hedefimiz Anadolu kadınına ve GTD üyelerimize destek vermek. Amacımız emekleri paraya çevirmek, üreticiye döviz kazandırmak ve ülkemize fayda sağlamak. Bunu da üreticinin ürünlerini GT Anadolu markası ile nihai tüketiciye ulaştırarak başaracağız.

Şu anda bu marka çatısı altında kaç çeşit ürün satılıyor? Önümüzdeki dönemde

kaç ürüne ulaşmayı planlıyorsunuz?

Daha önce de bahsettiğim üzere sadece 3 ay gibi kısa zamanda projemiz büyük ilgi gördü. GT Anadolu markası çatısı altında 200 çeşitten fazla ürün ile ilerliyoruz ama her hafta ürün sayımız artmakta. Ülkemizde üretilen ürün çeşitliliğini göz önüne aldığımızda ve gelen talepleri değerlendirdiğimizde önümüzdeki dönemde 2 bin çeşit ürüne çıkacağımızı düşünüyoruz. En çok zeytinyağı, yaprak sarma, dolma, menemen, el yapımı reçeller, lokum, el yapımı tabaklar, sürahiler, vegan baklava, keçi sütü dondurma, sağlıklı otlar, bal çeşitleri, humus ilgi çekmekte.

GT Anadolu markasına ve projeye ne kadarlık yatırım yaptınız? Ne kadarlık bir ekonomik büyüklüğe ulaşma hedefiniz var?

Bu projeye aslında tüm üyelerimiz ile yatırım yapıyoruz. Bu konuda ayrı bir şirket kuruldu. Her üyemiz ürettiği malı bize satıyor. Biz de pazarlama şirketi olarak dünyaya satmayı hedefliyoruz. Şu an İngiltere'ye mal satıyoruz.

Türkiye'de sadece GTD üyeleri ile yıllık

100 milyon dolar ilk 2 yılki hedefimiz. Ardından katlanarak artacaktır. Ayrıca franchise yapılanması başlattık. Bu konuda gerek havalimanları gerek turist yoğun olan oteller gerekse sağlık kuruluşlarına 3 tip dükkan çalışması yapmış durumdayız. Turist trafiğini yoğun olduğu yurtiçi ve yurtdışı destinasyonlarında GT Anadolu'yu görmeye başlayacaksınız.

Şu anda kaç girişimci bu sisteme dahil oldu? Bu projeye katılma şartları neler?

Bu projede ilk yılda sadece İstanbul'da 10 lokasyon hedeflendi. 30'dan fazla girişimci sıra bekliyor. Bayım Olur Musun Fuarı'nda ciddi talepler aldık. Özellikle güney bölgeleri ve ABD pazarı bu konuda çok talepkar. Katılma şartları GTD üyesi olması ve 5000 dolardan 30 bin dolara kadar franchise modelimiz var. Kiosk, Küçük Dükkan ve Büyük Dükkan olarak 3 tip yatırım modeli var.

Bir de ülke ve bölge bazlı çalışmalarımız var. Mesela Almanya, Güney Amerika, Rusya'yı yakında devreye alıyoruz. İnsanlar sağlıklı ürün peşinde. Bu projemizin perakende ayağı yanı sıra üyelerimizin ürünlerini toptan almak isteyen üyelerimiz de başladı. Yurtiçinde kaliteli 5 yıldızlı oteller bizden ürün talep ediyor. Bir de Almanya bizden ayda 50 ton pirinç talep etti. Her ülke veya toptan mal almak isteyenlere derneğimiz dış ilişkiler kanalı ile üyelerimiz ile hızlıca buluşturuyoruz. Gastronomi turizmi sadece yemek tanıtmak değil aynı zamanda Anadolu ürünlerimizi yabancılarla satabilmektir. Bugüne kadar yapılan genel tanıtımlar istenilen noktada değildir. Ülkemiz döviz kazanmak istiyorsa gerek restoran gerekse şef gerekse ürün ihracatı yapmak durumundadır.

Projeye nasıl katılım sağlanıyor?

Bu projeye Gastronomi Turizmi Derneği (GTD) üyeleri ile yatırım yapılıyor. Bunun için ayrı bir şirket kuruldu. Bu sisteme dahil olmak isteyenlerin GTD üyesi olması gerekiyor. Her üye ürettiği malı bu şirkete satıyor. GT Anadolu da pazarlama şirketi olarak dünyaya satmayı hedefliyor. Bu hedef doğrultusunda şu anda İngiltere'ye mal satışı yapılıyor. Önümüzdeki dönemde diğer ülkeler de hedefleniyor. Sistemin geliştirilmesi ve daha geniş bir coğrafyaya yayılabilmesi için ayrıca franchise yapılanması başlatıldı. Bu konuda havalimanları, turist yoğun olan oteller ile sağlık kuruluşlarına 3 tip dükkan çalışması yapıldı. Turist trafiğini yoğun olduğu yurtiçi ve yurtdışı destinasyonlarında önümüzdeki dönemde GT Anadolu'yu sıklıkla görmeye başlayacağız.

Zeytinyağı işinde markalaşarak büyüyecek

Dini kitaplarda barışın, mitolojide ölümsüzlüğün simgesidir zeytin ağacı... Mısır'dan Yunanistan'a her kültürde farklı hikayelere konu olan zeytin ve zeytinyağı günümüzde de sofraların vazgeçilmezleri arasında. Son yıllarda sağlıklı beslenmeye ilginin artması zeytin ve zeytinyağı tüketiminin artmasını sağlıyor. Zeytinyağının içerdiği antioksidan maddeler, fenolik bileşikler ve insan sağlığı üzerindeki önemli ve yararlı etkileriyle öne çıkıyor. Türkiye, yaklaşık 193 milyon bulağ ağaç sayısı ve 200 bin tonu aşan zeytinyağı üretimiyle dünyanın önemli üreticilerinden biri...

Sektör, özellikle ihracatta önemli başarılarına imza atıyor. Türkiye, 1 Kasım 2021 - 31 Ekim 2022 tarihleri arasında 58 bin 313 ton zeytinyağı ihracatı karşılığında yüzde 50 artışla 201 milyon 687 bin dolar döviz geliri elde etti. Zeytinyağı ihracatı miktar bazında yüzde 32, değer bazında yüzde 50 artış gösterdi. Ambalajı zeytinyağı ihracat tutarı 107 milyon dolar olarak gerçekleşti. Toplam zeytinyağı ihracatının yüzde 53'ü ambalajlı olarak gönderildi. Rakamların da işaret ettiği gibi son yıllarda zeytin ve zeytinyağında hem iç hem de dış pazarlarda katma değerli üretim ve kalitenin önemi artıyor. Bu durum Türkiye'de markalaşmaya ve butik üretime yönelik yatırımların önünü açmaya başladı. Zeytinyağı üretimine yeni bir yorum katma fikriyle yola çıkan Aydın'lı sanayici Nebi Yorgun da bu işe gönül vermiş bir isim. Uzun yıllar süren araştırmaların ardından zeytinyağı üretimine girmeye karar veren Nebi Yorgun, kızı Berna Küçükkaya ve oğlu Bahattin Yorgun'u da yanına alarak 2021 yılında Niz Olive'i kuruyor. Niz Olive Yönetim Kurulu Üyesi Berna Küçükkaya, "Sanayici olan babamız Nebi Yorgun'un zeytine verdiği değer, markamızın kurulmadan yıllar

Aydın'da sanayicilik yapan Yorgun ailesi, 2021 yılında 20 milyon TL yatırımla zeytinyağı işine girdi. Niz Olive markasıyla zeytinyağında butik üretim yaparak farklılaşmayı hedefleyen aile, hem yurtiçinde hem yurtdışında büyümeyi hedefliyor.

Zeytinyağında üretim ve ihracat artıyor

Türkiye, Niz Olive gibi markaların gücüyle son dönemde ihracatta önemli başarılarına imza atıyor. Türkiye, 1 Kasım 2021 - 31 Ekim 2022 tarihleri arasında 58 bin 313 ton zeytinyağı ihracatı karşılığında yüzde 50 artışla 201 milyon 687 bin dolar döviz geliri elde etti. Zeytinyağı ihracatı miktar bazında yüzde 32, değer bazında yüzde 50 artış gösterdi. 30 Eylül 2022 itibarıyla tamamlanan 2021/22 sezonu Türkiye sofralık zeytin ihracatı ise ilk kez 100 bin tonu aşmayı başardı. Bu dönemde en çok zeytinyağı ihracatı gerçekleştirilen ülkeler yüzde 65 artışla 75 milyon dolarla ABD, yüzde 17 artışla 24 milyon dolarla İspanya, yüzde 49 artışla 17 milyon dolarla Japonya, yüzde 150 artışla 10 milyon dolarla Suudi Arabistan, yüzde 56 artışla 5 milyon dolarla Birleşik Arap Emirlikleri oldu. Önümüzdeki 2022/23 sezonunda 730 bin ton zeytin rekoru 420 bin ton zeytinyağı rekoru öngörülüyor. Bu rakamlarla Türkiye sofralık zeytinde dünyada birinci, zeytinyağında da dünyada ikinciliğe yükselecek.

önceki ilk filizleri oldu. Babamızdan bize geçen bu tutkuyu aile olarak güçlerimizi birleştirerek bir markaya dönüştürdük" diyor.

20 milyon TL yatırım yapıldı

2021 yılında 20 milyon TL yatırımla kurulan Niz Olive, bugün hızlı bir büyüme içinde. Farklı yerlerde toplam 80 dönüm arazi üzerinde 5 bin ağaçla başlayan üretim, son teknoloji makinelerle gerçekleştiriliyor. Geçtiğimiz yıl 200 ton zeytin rekoru olan marka, bu yıl ise bu rakamı 400 tona çıkarmayı hedefliyor. Berna Küçükkaya, üç yıl içerisinde üretimi yüzde 20-30 artırmayı hedeflediklerini söylüyor.

Adını kurulduğu Naip köyünden alan Niz Olive'in son teknoloji makineler ve hijyenik bir ortamda değerini kaybetmeden ürettiği zeytinyağları, 0,2-0,3 dizem derecesine sahip yüksek kaliteli tadıyla tüketicisine

sunuluyor. Üretim prosesinde en önemli faktörlerden birini de Nebi Yorgun'un kendi geliştirdiği soğutucu makineler yaratıyor. Böylece üretim esnasında yağ ısınmıyor. Bu proses sayesinde ürünün lezzeti ve kalitesi korunuyor. Zeytinyağına dair her şeyi, nasıl üretilmesi gerektiği konusunda eğitimler alan Berna Küçükkaya, kalitenin yüksek olması için tüm prosesleri yakından takip ediyor. Tüm aile zeytinin toplanmasından zeytinyağı şişelerinin hazırlanmasına kadar süreçle yakından ilgileniyor.

Niz Olive, Türkiye'nin Avrupa Birliği coğrafi işaretli tek zeytin türü olan Memecik ile zeytinyağı üretimini gerçekleştiriyor. Küçükkaya, "Memecik zeytinini yüksek polifenol seviyesi ile sağlığını korumaya yardımcı olacak en güçlü savaşıçılardan biridir. AB tarafından tescillenen Milas Memecik zeytinyağının kendine has yoğun meyvemsi bir

aroması vardır” diyor.

Yüksek polifenol seviyesinin yanı sıra kendine özgü yoğun meyvensi aromasını özel şişe tasarımında muhafaza eden Niz Olive zeytinyağları, sadece el ve tarak ile toplanan zeytinlerle kalite ve hijyenden ödün vermeden yüksek standartlarda üretiliyor. ‘İyi zeytinyağı herkesin hakkı’ mottosuyla üretim yaptıklarını belirten Berna Küçükkaya, “Binlerce yıldır bu toprakların değerlerini inşa eden atalarımızın mirası zeytinlerin hak ettiği gerçek değeri ‘iyi zeytinyağı herkesin hakkı’ mottosuyla üreterek lezzetini tüm dünyayla buluşturmayı hedefliyoruz” diyor.

Yeni ürünler gelecek

Niz Olive’in bu titiz çalışması markaya daha ilk yılında ödül getirdi. Türkiye’nin Avrupa Birliği coğrafi işaretli tek zeytini olan Memecik’ten zeytinyağı üreten Niz Olive, dünyanın en lezzetli zeytinyağlarının görücüye çıktığı Olivinus 2022 Yarışması’nda şampiyonluğa ulaştı. Zeytinyağının beslenme ve sağlık üzerindeki yararlı etkileri hakkında farkındalık yaratmak için Arjantin’de bu yıl 16’ncı kez düzenlenen yarışmaya dünyanın pek çok ülkesinden 450 zeytinyağı firması katıldı. Zeytinyağı tadımı konusunda Uzman Leonardo R. Castellani, Antonio G. Laura, Caroline Caprio ve Birsan Can Pehlivan’ın jüri

üyeliğini yaptığı yarışmada rakiplerini geride bırakan Niz Olive; Dünya Şampiyonluğu, Türkiye Şampiyonluğu, Grand Prestige Gold ve Top 20 olmak üzere dört ödülün sahibi oldu. Niz Olive Yönetim Kurulu Üyesi Berna Küçükkaya, “Zeytinyağı üreticilerimizin son yıllarda uluslararası arenada aldığı başarılar ülke olarak zeytine verdiğimiz değerin en önemli kanıtı niteliğinde” diyor. Ürün gamında zeytinyağının yanı sıra zeytinyağı incir kürü ve zeytinyağı sabun da bulunan Niz Olive, yeni ürünlerle farklılaşmayı hedefliyor. Şirket, yakın zamanda zeytinyağı domates kurutması, zeytin yaprağı çayı ve paket incir piyasaya sürmek için de çalışmalarını sürdürüyor.

BAHATTİN YORGUN - BERNA KÜÇÜKKAYA



Mikromobilite pazarına hızlı giriş yaptı

Mikromobilite pazarındaki hızlı büyüme MİA Teknoloji'yi bu alana yönlendirdi. Elektrikli araç paylaşım platformu 'Tripy' yi hayata geçiren şirket, beraberinde elektrikli bisikleti de devreye aldı. Bu alandaki gelişmelerle birlikte geçen yıl 164 milyon TL ciroya ulaşan şirket, 500 milyon TL'nin üzerinde ciro hedefliyor.

2006 yılında üç bilgisayar mühendisi arkadaş tarafından Ankara'da kurulan MİA Teknoloji, 120 çalışanıyla müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için inovasyon ve Ar-Ge faaliyetleri yürütüyor. 2021 Kasım ayı itibari ile BİST - Borsa İstanbul'da halka arz olan şirketin Ankara'da Gazi Teknopark'taki merkez ofislerinin yanı sıra ABD ve Katar'da da ofisleri bulunuyor. 'Terzi modeli' sistem geliştirme ve ürünleştirme prensibi ile Türkiye'nin birçok noktasında çalışan sistemler sunan şirket; kimlik tanıma ve doğrulama, tesis güvenlik ve yönetimi, kritik tesis güvenlik ve yönetimi, çevre gözetleme, şehir güvenliği, sınır güvenliği, akıllı trafik denetleme, sağlık bilişim teknolojileri, elektronik ücret toplama, elektromobilite, bilgisayarlı görüşme güvenliği, siber güvenlik ve bilgi teknolojileri üzerine projeler gerçekleştiriyor. Ayrıca yeni çağın trendlerini takip ederek artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik ve sanal gerçeklik olarak bilinen genişletilmiş gerçeklik teknolojilerine de yatırım yaptıklarını söyleyen MİA Teknoloji CEO'su

"Dünyada ilk 10'a girmeyi hedefliyoruz"

"Beş yıl sonra birçok farklı türden aracı dünyanın en büyük şehirlerinde paylaşımlı olarak işleten, uluslararası bir kimliğe sahip, ekonomik olarak verimli, dünyanın en önemli 10 mikromobilite şirketi arasında olmayı hedefliyoruz. Mikromobilitenin 2030 yılında dünyada 300-500 milyar dolarlık bir pazar olması; Türkiye'de ise bu rakamın 15 milyar dolar olarak gerçekleşmesi öngörülüyor. Büyük bir ticaret hacmi olacağı öngörülüyor."



alanında önemli projeler duyurmaya hazırlanıyoruz. Elektrikli araç paylaşım platformumuz 'Tripy' de onlardan biri" diyor.

Cirolarının geçen yılki 164 milyon TL olarak gerçekleştiğini de belirten Beltekin, "Bu yıl, ilk 9 aylık ciromuz ise 356 milyon TL gerçekleşti. Yılsonunda 500 milyon TL'nin üzerinde olacağını öngörüyoruz" diye ekliyor.

2,5 yılda geliştirildi

Amerikalı uluslararası yönetim danışmanlık firması McKinsey & Company, dünyadaki ve Türkiye'deki mobilite (yürüme, bireysel ulaşım, toplu taşıma ve paylaşımlı araçlar ile yapılan tüm seyahatler) pazarında oluşan fırsatlara ilişkin bir araştırma raporu hazırladı. Yapılan araştırmaya göre 2030 yılında, scooter, bisiklet ve mopedin yer aldığı mikromobilite pazarının ABD, Avrupa ve Çin'de 300 ile 500 milyar dolar olarak gerçekleşmesi öngörülüyor. Aynı raporda, Türkiye'deki mobilite pazarının ise, 60 milyar doları bulacağı ifade ediliyor. MİA Teknoloji de Türkiye'de bu alandaki fırsatları görerek 'Tripy' adında bir elektrikli araç



Gökhan Beltekin, " Bu kapsamda müşteri talebine göre uygulamaya hazır simülasyonlar, işbaşı eğitimleri, uzaktan bakım çözümleri, iç mekân navigasyon sistemleri ve Metaverse uygulamaları gerçekleştiriyoruz. Yakın dönemde, insan hayatını kolaylaştıran ve zenginleştiren özellikle Metaverse

paylaşım platformunu kurmuş bulunuyor.

Mikromobilitenin yalnızca ulaşım şeklimizi değiştirmeyeceğini; geleceğin dünyasını, ekonomisini ve sosyal hayatını da şekillendireceğini söyleyen Beltekin, “Şirket olarak yaklaşık 2,5 yıldır elektrikli bisiklet üzerine çalışmalar yürütüyoruz. Bu konuda ABD, Avrupa ve Kanada’dan birçok araştırmacıyla çalıştık. Kendimizi hazır hissettiğimizde bu çalışmaları tüzel bir kişiliğe kavuşturarak markalaşma çalışmalarına başladık” diyor.

Pazar hacmi büyüyor

McKinsey & Company’nin Türkiye’deki mobilite ve mikromobilite pazarına ilişkin hazırladığı detaylı raporda, Türkiye’nin mikromobilite için en ideal ekosistemlerden birine sahip olduğu belirtiliyor. 2030 yılına dair bir perspektif sunan raporda; ABD, Avrupa ve Çin’deki pazarın toplam 300 ile 500 milyar dolar olarak gerçekleşeceği açıklanıyor. Ayrıca özel araç, toplu taşıma, özel mikromobilite, paylaşımlı mikromobilite, taksi, araç kiralama ve yürüyerek yapılan seyahatlerin yıllık toplam 710 milyar kilometre olarak gerçekleştiği ve bu potansiyel dikkate alındığında Türkiye’deki mobilite pazarının bugün, yaklaşık 60 milyar dolar değerinde olduğu ifade ediliyor. Türkiye pazarının 2030 yılında ise, 90 milyar doları bulması öngörülüyor.

Raporda, mikromobilitenin çevreye etkisi ile ilgili değerlendirmeler de yer alıyor. Buna göre, Türkiye’deki paylaşımlı mikromobilite platformları sayesinde yıllık yaklaşık 900 bin ton karbon emisyonunun azaltılabileceği, bunun da 180 bin vatandaşın karbon salınımına eşdeğer olduğu vurgulanıyor. Şirket olarak Türkiye’de ve dünyada insanların ulaşım davranışlarını değiştirirken gelecek nesillere daha temiz, daha sürdürülebilir bir dünya bırakma hedefinde olduklarını ifade eden Baltekin, “Uluslararası arenada benzerlerinden ayrılan yazılımlarımız ve araçlarımız var. ‘Tripy’ adına platformumuz hazır, ekibimiz hazır. Artık planlama aşamasında değil aksiyon noktasındayız. Tripy uygulaması ile elektrikli bisiklet kullanmak mümkün olacak” diye ekliyor.

“İlk istasyonlar Ankara’da kurulacak”

“İlk istasyonlar Ankara’da kurulacak ve kısa sürede operasyonu Türkiye geneline taşımayı hedefliyoruz. Kent içerisindeki hareketliliği ve sosyal yaşamı desteklemeyi amaçlıyoruz. Dünya genelinde başlatılan fosil yakıt kullanımını azaltmaya yönelik sürdürülebilir projelerin sayısı her geçen gün artıyor. Bu yatırımla, hem belediyelerin sürdürülebilir şehirlerle ilgili hedeflerini hem de çevreye en az etki ile yaşamı destekliyoruz. Eskişehir’le de sözleşmemizi imzaladık. Hızla kontrat sayısını artırıyoruz.”

GÖKHAN BELTEKİN



Yerli üretime geçecek

Şirket, ilk aşamada bisikletleri satın alacak. Sahada denenmemiş araçlarla çıkmak yerine daha önce binlerce km deneyimi olan markalar kullanmayı uygun gördüklerini dile getiren Beltekin, 10’dan fazla yerli ve yabancı şehir ile görüştiklerini ve bazılarıyla kontrat

imzaladıklarını söylüyor. Beltekin, “Üretim tabii ki düşünüyoruz. Bir yandan yerli üretim planlamamız da hızla devam ediyor. Üç-dört yıllık vadede yerli üretime geçmeyi hedefliyoruz. Üç yıl içerisinde 10 bin paylaşımlı araçla dünyanın birçok şehirde faaliyetlerimizi sürdürüyor olacağız” diye ekliyor.

2023'te 10 milyon tekil kullanıcı hedefi

E-öğrenme, dijital yayıncılık, dağıtım, eğitim teknolojileri geliştirme ve eğitim sektörüne yönelik dijital çözümler sunduklarını söyleyen tonguçWORKS İcra Kurulu Üyesi Tijen Armağan, “2023 yılında YouTube'daki 13 milyon abonesini 15 milyona, web ve mobil uygulamasında 6,5 milyon tekil kullanıcıyı da 10 milyona ulaştırmayı hedefliyoruz” diyor.

Pandemiyle eve kapandığımız dönemlerde işten alışverişe eğlenceden eğitime pek çok konuyu teknoloji sayesinde ‘uzaktan’ çözmeye başladık. Bu süreç pek çok alanda yeni trendlerin ortaya çıkmasını sağladı. Eğitim de bunlardan biri. Straits Research'ün yaptığı araştırmaya göre 2021'de 30,6 milyar dolar olan küresel çevrimiçi eğitim pazarının 2030 itibarıyla yıllık yüzde 23,1'lik bir büyümeyle 200 milyar dolar büyüklüğe ulaşması bekleniyor.

Yakın gelecekte EdTech alanında eğitimin kalıcı olarak çevrimiçi ortamlara taşınması (asen kron eğitim) en önemli trendlerden biri olarak karşımıza çıkması bekleniyor. Yeni bir öğrenme türü olan asen kron öğrenmede, öğrenciler istedikleri zaman istedikleri yerden kendi programlarına ve kendi hızlarına göre öğrenme süreçlerini ilerletebi-

liyor. Bunun yanı sıra eğitim sektörünün yeni trendleri arasında, canlı yayınlar ve videolarla ders anlatımlarının yanı sıra veri analizi ve kişiselleştirme, oyunlaştırma, yapay zeka teknolojileri, çevrim içi sınavlar, dijital kitap, AR ve VR teknoloji tabanlı uygulamalarla öğrencilerin düşük maliyetli ve uzman seviyesinde kurs eğitimi alabilecekleri çözümler yer alıyor. Online eğitimden yayıncılık ve dağıtımcılığa, eğitim teknolojilerinden dijital çözümlere kadar geniş bir yelpazeye yayılan hizmetleriyle tonguçWORKS bu pazarın önemli oyuncularından biri. Şirketin hizmetleri; tonguçAKADEMİ, tonguçYAYINCILIK ve tonguçDİJİTAL olmak üzere üç marka altında toplanmış durumda. İstanbul ve Ankara'da ofisleri bulunan tonguçWORKS'ün 200 çalışanı, kadrolu ve sözleşmeli olmak üzere binin üzerinde deneyimli öğretmeni bulunuyor.

Sosyal girişim

Faaliyet alanlarından ilki olan tonguçAKADEMİ, eğitimin her çocuk için erişilebilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlama amacıyla kurulan çevrimiçi eğitim temelli bir sosyal girişim. 2014 yılında kurulan tonguçAKADEMİ pandemi döneminde önemli bir rol oynadı. Eğitimin evlere ve online ortamlara taşındığı pandemi döneminde tonguçAKADEMİ, Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği yaparak EBA ve TRT ile birlikte milyonlarca öğrenciye yüzlerce ders içeriğinin ulaşmasını sağladı. 7 milyondan fazla öğrenci ve 1 milyondan fazla öğretmenin kullandığı EBA, eksikleri olsa da bu süreçte Türkiye'nin online eğitime geçişini hızlandırdı. tonguçWORKS İcra Kurulu Üyesi Tijen Armağan, “tonguçAKADEMİ'nin sürdürülebilirliğini sağlaması, ülkemizin her yanından daha fazla öğrencinin yenilikçi teknolojilerle eğitime erişmeleri açısından kritik önem taşıyor. Bu yüzden biz de EdTech ekosistemi tonguçWORKS yapılanmasını hayata geçirdik” diyor.

2017 yılında faaliyetlerine başlayan, Türkiye'nin dijital altyapısı en güçlü yayıncılık markası tonguçYAYINCILIK, sınavlara hazırlık ve okula yardımcı ders kitaplarının perakende satış ve dağıtımını 6 binden fazla satış noktasında gerçekleştiriyor. tonguçWORKS'ün yenilikçi eğitim teknolojileri alanında faaliyet gösterdiği tonguçDİJİTAL ise bugün eğitim alanında birçok yapay zeka ve makina öğrenimi teknolojilerine öncülük ediyor. 3 milyondan fazla tekil kullanıcının indirdiği TATS dijital kitap uygulamasını ge-

Türkiye'nin potansiyeli var

“McKinsey'in verilerine göre 2010 yılında küresel EdTech girişim sermayesi fonlamasının dörtte üçü ABD'ye giderken, Hindistan ve Çin son 10 yılda önemli bir yükseliş gösterdi. 2020'de EdTech fonlamalarının yüzde 63'ünün yönlendiği Çin'de 2021'de bu oran yüzde 13'ler seviyesine geriledi. 2021 itibarıyla da Hindistan küresel EdTech yatırımlarının yüzde 18'ini kendisine çekmeyi başardı. 2021 yılında Hindistanlı EdTech girişimleri 1,4 milyar dolar değerinde girişim sermayesi yatırımı aldı. Benzer şekilde, Amerikan EdTech şirketleri de 2021'in ilk yarısında 803 milyon dolarlık yatırım aldı. Dünyada Edtech pazarında bu gelişmeler olurken, 2021-2022 Milli Eğitim Bakanlığı verilerine göre örgün eğitimde 19 milyon öğrencisi, 120 bine yakın öğretmeni ve toplam 70 bin okulu bulunan Türkiye pazarı, EdTech yatırımı için büyük bir potansiyel taşıyor. Dünyadaki bu gelişmeler çerçevesinde bu alanda Türkiye'nin en önde gelen küresel markası tonguçWORKS olarak Türkiye'yi de küresel EdTech pazarında etkili bir ülke haline getirmeyi hedefliyoruz.”



TİJEN ARMAĞAN

liştiren tonguçDİJİTAL, kare kod teknolojisini basılı kitaplara uyarlayarak, fiji-tal çağ (fiziksel ve dijital) uygulamasını hayata geçirdi.

Dijital kitap uygulaması TATS ile Türkiye’de bir ilki gerçekleştirdiklerini söyleyen Armağan, “Üretimini ve dağıtımını yaptığımız kitapları dijital kaynak kitap haline getirdik. Kitapların arkasında bulunan aktivasyon kodu sistemiyle öğrencilerin kitap içeriğine ve soru çözümlerine dijital olarak anında ulaşabilmesini, aktivitelerini yakından takip etmelerini ve kendilerini değerlendirmelerini sağlıyoruz” diyor.

Oyunlaştırılmış öğrenme

Şirketin, YouTube’da toplam 18 kanalda 13 milyon abone, çevrimiçi eğitimde 3,5 milyon tekil üye, TATS mobil uygulamasında 3 milyondan fazla öğrencisi bulunuyor. tonguçWORKS’ün hedefi eğitimin gelecekteki global değişimlere ve trendlere uyumlu olmasını sağlamak. 2023 yılında YouTube’da ki 13 milyon abonesini 15 milyona, web ve mobil uygulamasında 6,5 milyon tekil kullanıcının da 10 milyona ulaştırılması hedefleniyor.

Armağan, “Türkiye’de uzaktan eğitim denilince akla gelen ilk marka olmanın sorumluluğu ile öğrencilerimizin dersleri daha verimli ve teknolojik bir şekilde öğrenmelerini sağlayacak yepyeni adımlar planlıyoruz. Hedefimiz sadece ülkemizde değil Avrupa ve diğer pazarlarda da uygulanabilecek sistemimizi, içeriksel ve teknolojik olarak daha üst seviyeye çıkarmak” diyor.

Şirketin, yurtdışına yönelik faaliyetleri de var. Özbekistan ile yapılan ortak çalışmalar sonrasında hem Türkiye’deki hem de Özbekistan’daki öğrencilere fayda sağlamayı planlayan YouTube kanalları faaliyete geçirildi. Şirket, Türkiye’deki en büyük Korece dil kanalına sahip. Armağan, Kore’deki eğitim sisteminin artılarını ekleyerek oyunlaştırılmış bir dijital öğrenme platformunu hayata geçirmeyi hedeflediklerini söylüyor.

Yatırımın ivmesiyle büyüyecek

Geliştirdiği giyilebilir teknoloji ürünleriyle otomotiv, perakende, lojistik, e-ticaret gibi sektörlerde özel operasyonel verimliliği artıran çözümler sunan Thread In Motion, 2017 yılında Kadir Demircioğlu ve Rahim Öner tarafından kuruldu. 2019 yılında birçok küresel ortakla el sıkışan şirket, stratejik yatırımcılardan Seed + yatırımı aldı. Bu süreçte diğer potansiyel küresel ortaklıkların ilgisini çekmeye devam etti. 2020 yılında Sabancı Ventures'ın ilk resmi yatırımı olmayı başaran girişim, yeni geliştirdiği lojistik odaklı çözümleriyle 2020'de önemli bir adım attı. Bu süreçte müşteri portföyünü küresel olarak genişleten şirket, bu yıl ekim ayında ise önemli bir yatırım daha aldı.

Yurtdışında atak hazırlığı

Esor Investments ve TTGV1 Fund'tan yarım milyar TL değerleme üzerinden yatırım alan şirket, bu yatırımla hem yurtdışında hem de yurtdışında atak yapma hedefinde. Fransa ve Almanya başta olmak üzere toplam sekiz ülkeye ihracat yaptıklarını söyleyen Thread In Motion'ın Kurucu Ortağı ve CEO'su Kadir Demircioğlu, "Son aldığımız yatırımla yeni teknolojiler geliştirerek, giyilebilir teknolojiler konusunda yerel pazardaki varlığını kuvvetlendirip global pazardaki marka bilinirliğimizi artırmaya devam edecek. Ayrıca geliştirdiğimiz yazılım platformumuz sayesinde veri analizi sağlayarak lojistik alanında da tüm süreçleri optimize edeceğiz" diyor.

İhracatın payı artacak

Şirketin gelirleri içinde yurtdışının payı yüzde 35. 2023'de Amerika pazarına açılmaya hazırlanan şirket, yurtdışının payını yüzde 65'lere çıkartmayı hedefliyor. Demircioğlu, 2023 sonuna kadar piyasadaki ürün sayısını 50 bini bulacağını söylüyor. Thread In Motion,

Giyilebilir teknoloji çözümleri sunan Thread In Motion, Esor Investments ve TTGV1 Fonu'ndan 500 Milyon TL'yi aşan değerlemeden yatırım aldı. Şirket, bu yatırımın verdiği ivmeyle Amerika pazarına açılacak.



KADİR DEMİRCİOĞLU

Pazar büyüyor

Dünyada giyilebilir teknoloji pazarının 37 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaştığı tahmin ediliyor. 2022 yılı sonuna kadar 1 milyar giyilebilir teknolojinin kullanılacağı tahmin ediliyor. Zamandan tasarruf sağlamanın yanında operasyonel verimlilik ve üretkenlik de sağlayan giyilebilir teknolojiler alanındaki küresel harcamanın önümüzdeki yıllarda daha da artması bekleniyor.

on, altı farklı sektörde 25 küresel ortağıyla global alanda 220'den fazla şirket için tasarlanmış giyilebilir teknolojiler geliştiriyor. Bu alanda Türkiye'nin dünyadaki tek temsilcisi olduklarını belirten Kadir Demircioğlu, "Bu bulunduğumuz konumun ve yaptığımız işin önemini gösteriyor. Yürüttüğümüz çalışmalarla başarılarımızı katlamaya devam ediyoruz" diye konuşuyor. Markanın yeni dönemde e-ticaret sektörüne yönelik akıllı kask ve mont gibi ürünler üretme hedefi de var.

BRB global bir marka olma yolunda

Zorlu Holding'in sürdürülebilirlik vizyonu Akıllı Hayat 2030'un kritik süreçlerinden biri olan, kurum içi girişimcilik programı Parlak Bi'Fikir'in ikinci döngüsünde yatırım alan Be Right Back (BRB) girişimi, global bir marka olma yolunda hızlı adımlarla ilerliyor.

Zorlu Holding'in kurum içi girişimcilik programı Parlak Bi'Fikir'in ikinci döngüsünde yatırım alan Be Right Back (BRB) girişimi büyük ilgi görmeye devam ediyor. Be Right Back, oyunculara yüksek donanım özellikleri gerektiren oyunları internet üzerinden yüksek donanım ihtiyacını ortadan kaldırarak oynamalarına imkân veren bir proje. Girişim, aynı zamanda güçlü bilgisayara sahip kişilerin donanımlarını başkalarına kiralarak gelir elde edebilmelerini de sağlıyor. Kısa sürede büyük bir ilerleme kat eden girişim, global bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

Oyun sektörü dünyada ve Türkiye'de her geçen gün geliyor diyen BRB kurucularından Pelin Kumcular, "Geçtiğimiz yıl ülkemizde en fazla yatırım yapılan sektörlerden biri oyun sektörü oldu. 2021 Türkiye Oyun raporuna göre Türkiye'de 41 milyon oyuncu, 1 milyar 200 milyon doların üzerinde harcaması yapmış. Ama bilgisayar oyuncularının yaklaşık yüzde 60'ı ihtiyacı olan donanıma sahip değil. Ekran kartından ya da işletim sisteminden dolayı bilgisayarlarından istediği oyunu oynayamayan birçok kişinin olduğunu fark ettik" diyor.

Kılıç: Oyuncu kitlemiz gittikçe büyüyor

BRB'nin bir diğer kurucusu Onur Can Kılıç da bilgisayarını paylaşmak isteyen partnerler için kayıt sürecine başladıklarını vurgulayarak, şöyle konuştu: "Eylül ayında Berlin'de IFA Fuarı'na katıldık. Vestel ile iş birliğimiz kapsamında Vestel Android televizyonlarda çalışan uygulamamızı tanıttık.

"Dünyaya tanıtmak istiyoruz"

Global bir marka olma vizyonu ile yola çıktıklarını ifade eden Kumcular, şunları söylüyor: "Dünyaya bilgisayar paylaşım ekonomisi platformumuzu tanıtmak istiyoruz. Oyun sektöründe büyüdükten sonra modelimizi bilgisayar gücüne ihtiyaç duyan farklı marketler (tasarım, yazılım geliştirme, akademik çalışmalar) için de geliştireceğiz. Sürdürülebilir iş modellerinin ve çözümlerin öneminin çok fazla arttığı günümüzde değişen koşullar ve trendlere göre kendimizi geliştiriyoruz. Global bir teknoloji platformu olmak ve değer üretebilmek için ekipçe büyük bir heyecan ve motivasyonla çalışıyoruz" dedi.



Şirket kuruluşumuzdan itibaren geçen 1 sene içinde aktif bir girişimcilik serüveni yaşadık. Bir yandan ürünümüzü geliştirdik diğer yandan da fikrimizi büyötmeye çalıştık. TÜBİTAK Bigg'den girişim desteği almaya hak kazandık. Arya Yatırım Platformunda seçilen girişimlerden olduk. Avrupa Birliği'nin de desteklediği İzmir Nic Accelerator Programı kapsamında Londra'ya market araştırması yapmaya gittik. Girişimcilik ekosisteminden değerli networkler elde ettik. Avrupa market araştırmamızı yaptık ve markete giriş stratejimizi oluşturduk. Aralık'ta Avrupa mar-

ketinde belirlediğimiz ülkelerde (Romanya, Bulgaristan, Macaristan, Polonya, İspanya, Portekiz, Almanya) BRB'yi tanıtır ilk oyuncular platformumuza dahil edeceğiz. Sustainable Wise Guys Pre Accelerator programında aktif girişimlerdeniz. Global bilgisayar paylaşım platformu olma hedefimize ulaşmak adına pazarda payımızı genişletmek ve mevcut ürünümüzü geliştirmek istiyoruz ve bu amaç doğrultusunda yatırım arayışımız başladı. İhtiyacımız sadece nakit değil, işin potansiyelini ortaya çıkaracak akıllı, stratejik yatırımlar ve destekler almak."



**Prof. Dr.
Volkan Demir**

Galatasaray Üniversitesi
İİBF, İşletme Bölümü ve
Kurumsal Yönetim,
Denetim ve Uyum
Çalışmaları Uygulama
ve Araştırma Merkezi
(GSUKUYDEM)
vdemir@gsu.edu.tr

KOBİLGİ

ŞİRKETLERDE BAĞIMSIZ DENETİM DÜZENLEMELERİNDE SON DURUM

Bu ayki yazımın amacı, şirketlerde bağımsız denetim ile ilgili son düzenlemeler de dikkate alınarak, şirketlerin bağımsız denetim yaptırma durumları konusunda farkındalık yaratmaktır.

Denetim Nedir?

Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'na ("KGK") göre denetim; Finansal tablo ve diğer finansal bilgilerin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla, denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasıdır.

Bağımsız Denetçi Kimdir?

Bağımsız Denetim Şirketinin Tanımı

Bağımsız denetçi: bağımsız denetim yapmak üzere, yeminli mali müşavirlik ya da serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış meslek mensupları arasından KGK tarafından yetkilendirilen kişilerdir.

Bağımsız denetim kuruluşu: KGK tarafından bağımsız denetim yapmakla yetkilendirilen ortakları yeminli mali müşavirlik ya da serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını

almış meslek mensuplarından oluşan sermaye şirketleridir. Bu denetim şirketleri KGK'nın web sitesinde güncel olarak mevcuttur.

Bağımsız Denetime Tabi Olma Kriterleri Nelerdir?

Aşağıda belirtilen şirketler bağımsız denetime tabidirler:

1- Herhangi bir ölçüte tabi olmaksızın bağımsız denetime tabi sayılanlar ; Bu şirketler 6362 sayılı kanun uyarınca Sermaye Piyasaları Kurulu'nun düzenleme ve denetimine tabi şirketler, 19.10.2015 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu uyarınca Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun düzenleme ve denetimine tabi şirketler ve Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu'na tabi sigorta, reasürans ve emeklilik şirketleri, Borsa İstanbul piyasalarında faaliyet göstermesine izin verilen, yetkili müesseseler, kıymetli madenler aracı kurumları, kıymetli maden üretimi ve ticareti ile iştigal eden şirketler, Tarımsal Ürünler Lisanslı Depoculuk Kanunu'na göre kurulan lisanslı depo işletmeleri, Umumi Mağazalar Kanunu'na göre kurulan umumi mağazalar, ulusal yayın yapma, uydu televizyon lisansı ve kablolu televizyon lisansı yapma lisansı bulunan şirketlerdir.

2- Aşağıdaki üç ölçütten en az ikisinin eşik değerlerini art arda iki hesap döneminde aşan şirketler;

a- Sermaye Piyasasında işlem görmeyen ancak Sermaye Piyasaları Kanunu kapsamında halka açık sayılan şirketler için eşik değerleri;
Aktif Toplamı 30 Milyon TL
Yıllık Net Satış Hasılatı 40 Milyon TL
Çalışan Sayısı 50 Kişi

b- Sermayesinin en az %25'i kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına, sendikalara, derneklere, vakıflara, kooperatiflere ve bunların üst kuruluşlarına doğrudan ve dolaylı olarak ait olan şirketler, yurt dışında günlük gazete yayımlayan şirketler, çağrı merkezleri hariç Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu düzenleme ve denetimine tabi şirketler, EPDK yetki belgesine sahip şirketler, TMSF tarafından denetimi ve yönetimi devir alınan şirketler, Kamu İktisadi Teşebbüsleri hakkında kanun hükmünde kararname kapsamında faaliyet gösteren kamu iktisadi teşebbüsleri ile bağlı ortaklıkları ve sermayesinin en az %50'si belediyelere ait olan şirketler için eşik değerleri;

Aktif Toplamı 60 Milyon
Yıllık Net Satış Hasılatı 80 Milyon
Çalışan Sayısı 100 Kişi
c- a ve b maddelerinde sayılmayan şirketler için genel denetim kriterleri ;

Aktif Toplamı 75 Milyon
Yıllık Net Satış Hasılatı 150 Milyon
Çalışan Sayısı 150 Kişi
100 Milyon TL ve Üstü Kredi Limiti için Hazırlanacak Analiz Tablosu ve

Makul Güvence Raporu Gerekli midir?

“Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik” ile 01.11.2006 tarihli ve 26.333 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmeliğin” 11/A maddesinde yapılan değişikliğe göre şirketler 31.12.20XX tarihli bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolarına göre yönetmelik ekinde bulunan analiz tablosunun şirket tarafından hazırlanması zorunda olup; düzenlenmesi gereken 31.12.20XX tarihli analiz tablosuna ilişkin ise bağımsız denetçi makul güvence rapor hazırlanmalıdır.

Ayrıca yukarıda ifade edilen yönetmeliğin 11 A maddesinin d bendine göre Anonim Ortaklıkların, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 3/1/2014 tarihli ve 28871 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan, Kurumsal Yönetim Tebliği (II-17.1)’nde yer alan kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporunu hazırlama ve bankalara gönderme yükümlülükleri bulunmaktadır. Kurumsal Yönetim Tebliğine tabi olmayanlar açısından ilgili bend uyarınca hazırlanacak Kurumsal İlkelere Uyum raporu, yönetim kurulunun işlevi, faaliyet esasları ve yönetim kurulu üyelerine ve üst düzey yöneticilere sağlanacak mali haklara ilişkin ilkeler bakımından Kurumsal Yönetim Tebliğinde yer alan hükümler kıyasen dikkate alınarak tebliğe uygun şekilde hazırlanması gerekmektedir. Analiz ve kurumsal ilkelere uyum raporlarının hesap dönemini izleyen altı ay içerisinde bankalara gönderilme zorunluluğu da bulunmaktadır.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu yayınladığı 21.10.2022 tarih ve 10389 sayılı kararı ile 30 Haziran 2022 tarihli kararında değişiklik yapmıştır. Yeni karara göre 1 Kasım 2022 tarihinden itibaren



Bankalar ve Finans kuruluşları dışındaki, 660 sayılı Kanun Hükümünde Kararname ile bağımsız denetime tabi şirketler kredi başvuru başvurusu yaptıkları tarihteki yabancı para cinsinden altın dahil varlıkları 10 milyon TL’yi aşması halinde en güncel Finansal tablolarına göre aktif toplamından veya son 1 yıllık net satış hasılatından büyük olanının %5’ini aşması durumunda TL cinsinden yeni kredi kullanılmayacağına karar verilmiştir. Bu karar ile 30 Haziran 2022 deki %10’luk oran %5 olarak revize edilmiştir. Bu karar kapsamına girilmesi için aşağıdaki 3 şartın birden karşılanması gerekmektedir.

1- 660 sayılı KHK ile denetime tabi bir şirket olunması

2- Yabancı para nakdi varlıkların (altın dahil, efektif döviz ile bankalardaki yabancı para mevduat) TL karşılıklarının 15 milyon TL’nin üzerinde olması

3- Yabancı para nakdi varlıkların TL karşılıklarının aktif toplamından veya son 1 yıllık net satış hasılatının büyük olanının %5’ni aşması

Yukarıda anılan kararlarda şirketlerin bu 3 kriteri

sağlamadıklarına dair KGK tarafından yetkilendirilen bağımsız denetim kuruluşlarınca ya da 1/6/1989 tarihli ve 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanununa (3568 sayılı Kanun) göre ruhsat almış yeminli mali müşavirlerce (YMM) onaylanlı belge sunmakla yükümlü hale getirilmiştir.

Yukarıda da açıklamaya çalıştığım gibi, şirketler yabancı para veya TL kredi tutarı ve limitleriyle, ciro, çalışan sayısı, aktif büyüklükleri veya halka açık olma vs gibi kriterlerle bağımsız denetime tabi olmaktadır. Asıl olan ise, şirketlerin zorunlu olarak bağımsız denetim yaptırımları değil, bağımsız denetimin şirketlere kattığı değeri anlamak, bağımsız denetim sürecinin kurumsal yönetim ile ilişkisini önemsemek ve çıkacak raporlardan azami ölçüde faydalanmaktır. Çünkü doğru ve standartlara uygun olarak yapılan bir bağımsız denetim, şirketlerin kurumsallaşma ve sürdürülebilir olmaları yönünde çok fazla yarar sağlamaktadır.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

GİRİŞİMCİ ADAYLARI İÇİN PAZARLAMANIN TEMEL İLKELERİ - II

Konumuza bu ay kaldığımız yerden devam ederken ilk önce bir satış teşvik aracı olan satış tutundurmanın (sales promotion) ne olduğunu anlayalım. Satış tutundurma, üretilen mal veya hizmetlerin varlığını duyuran, bir ürün yada hizmetin veya bir markanın yaşamını sürdürmesi ve gelişmesini sağlayan stratejik bir pazarlama aracıdır.

Pazarlamada Tutundurmaya Neden İhtiyaç Duyulur?

Tüketicilerin/Misafirlerin/Müşterilerin bilgi seviyesinin artması, istek ve beklentilerin değişmesi, benzer ürün çeşit ve özelliklerinin artması, ürünlerin çoğalması, üretim yöntemlerinin gelişmesi, geniş kitlelere bilgi verme ve onları etkileme yolundaki çalışmalara olan ihtiyacın artıyor olması gibi sebeplerden ötürü satış tutundurma çalışmalarına ihtiyaç duyulur. Satış tutundurmada amaç; tutundurma faaliyetleri ile talep ve satışları arttırmak aynı zamanda ürüne olan marka bağlılığı güçlendirmektir.

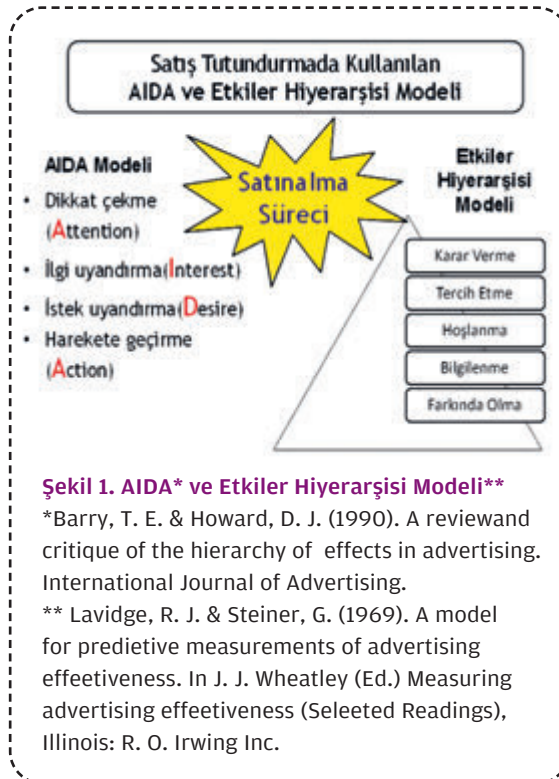
Satış tutundurma aynı zamanda ürünlerin pazarlamasında müşterileri ürünleri satın almaya ikna etmek ve farkındalığı arttırmak için iletişim kanallarının geliştirilmesini

ve bu çerçevede kampanya ve promosyon çalışmalarının planlanması süreçlerini de kapsar. Satış tutundurma çalışmaları müşterilerin satınalma davranışlarını özellikle kısa dönemde canlandırmaya yönelik faaliyetler olarak görülmektedir. Pazarda her zaman yoğun bir rekabet söz konusu olduğundan bu rekabeti etkileyen en önemli faktörün başında fiyatlandırma gelmektedir. Bu nedenle satış tutundurma çalışmaları için fiyat promosyonları önem kazanmaktadır. Ancak fiyat promosyonları, ürün ve hizmet

kalitesinden ödün vermeden gerçekleştirilmelidir. Aksi takdirde müşteri memnuniyet düzeyleri düşük olacaktır. Bir diğer önemli konu ise satış promosyonlarının süresidir. Süreleri ve yıl içindeki tekrarları çok fazla olmamalıdır. Çok fazla tekrar olduğunda ürüne, hizmete, işletmeye ve diğer servis sağlayıcılara olan inanç sarsılabilmektedir. Ayrıca, promosyonlar kısa dönemli olmaktan çıkıp uzun bir süreyi kapsadığında o ürün veya hizmetin gerçek fiyatı düşük olarak algılanacağından fiyat

/ kalite algısı olumsuz olabileceği gibi zaman içinde çok sayıda müşteri kaybına da yol açabilmektedir.

İnternet aracılığıyla sağlanan web alt yapılı pazarlama stratejileri geniş çapta benimsenmekte ve şirketlerin kurumsal web siteleri veya sosyal ağlar üzerinden satış yapmaları konusundaki motivasyonları giderek artmaktadır. Böylelikle web sitelerinin etkinliğini arttırmak çok önemli olmuştur. Park ve Gretzel (2007) tarafından gerçekleştirilen kalitatif bir çalışmada, literatürde bulunan önceki çalışmaların bulguları sentezlenerek web site başarı faktörleri şu şekilde sıralanmaktadır: (1) Bilgi Kalitesi; (2) Kullanım



Kolaylığı; (3) Yanıt Verebilirlik; (4) Güvenlik/Mahremiyet; (5) Görsel Görünüm; (6) Güven; (7) İnteraktiflik; (8) Kişiselleşme Ve (9) İşlemlerin Tamamlanabilirliği.

Bir şirketin web sayfasının olmaması internete giriş yapan milyonlarca insana ulaşamaması anlamına gelmektedir. Böyle bir potansiyel güce sahip internetin en etkin şekilde kullanılması ve yönetilmesi gerekmektedir. İnternet üzerinden araştırma yapan potansiyel bir müşteriye, sunulan bilginin içeriği ve sunum şekli ile ikna edebilmek çok önemli bir konu haline gelmiştir. Diğer şirketlerin/ürünlerin web siteleri ile karşılaştırma yaparak, hizmet ve ürün deneyimine bakarak bir çıkarıma varabilecektir. Ayrıca, müşteriler olumlu veya olumsuz yorumları da okuyarak bir ürüne ilişkin satın alma kararını verebilmektedir.

Marka ve Markalaşma (Brand and Branding)

Marka, bir işletmenin mal veya hizmetlerini başka bir işletmenin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla kişi ve yer adları dahil, özelliklerle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları, ürünlerin özellikleri gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü özellikleri ve işaretleri içermektedir. Bunun yanı sıra müşterinin o şirket/ürün/hizmet ile yaşadığı deneyimler, her hangi küçük veya büyük bir sorunla karşılaştığında soruna nasıl bir yaklaşım sağlandığı gibi hizmet esnasında ve sonrasında yer alan tüm deneyimleri de marka ve markalaşma süreci içinde düşünmek gerekir.

Marka oluşumunda yer alan kritik faktörleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

1. İsim olarak marka: Bir marka için isim seçmek
2. Şekil olarak marka: Logo tasarımı, amblem ve sembol tasarımını içermektedir
3. Fiziksel olarak marka: Ürünün oluşumu, tasarımı ve ambalajını kapsar.
4. Servis/hizmet niteliğine göre marka: Hizmet/ürün kalitesini destekleyen ve artıran, müşteriyle sürdürülebilir iletişim oluşturan satış sonrası hizmetler bütünüdür.



Marka ve markalaşma süreçleri ele alındığında üç sorunun cevabını iyi düşünmemiz gerekir. Şöyle ki:

1. Markanın genişlemesi ne demektir?

Markanın genişlemesi demek en kolay anlatımla bir markanın veya bir şirketin farklı alanlarda anılması demektir. Örneğin: bir şirketin diyelim ki adı XYZ şirketi olsun bu şirket aynı adla hem turizm alanında, hem inşaat alanında, hem ev-mutfak gereçleri alanında faaliyette olabilir ve hem yurtiçi hem yurt dışı pazarlarda satış yapabilir.

2. Bir ürüne/hizmete doğru isim vermek neden önemlidir?

Yukarıda belirttiğimiz gibi markaya doğru ismi vermek önemlidir. Çünkü, isim ürünün

piyasada nasıl algılandığı veya algılanacağını belirler. Örneğin: Yeni bir elektrik süpürgesi üretildi ve modelin ismi olarak FAST dendi. FAST İngilizcede hızlı demek. Oysa üretilen ve marka ismi FAST olan bu ürün yeterli teknik donanıma sahip değilse ve teknik olarak bazı kavrayışları ve kıvraklıkları sağlayamıyorsa ürünün piyasadaki algısı çok iyi olmayacaktır.

3. Bir pazarda ilk marka olmak neden önemli?

Bir pazarda ilk marka olmak gelen müşteri/misafir sayısı açısından ve şayet bahsettiğimiz somut bir ürüne satış oranları açısından oldukça avantaj taşımaktadır. Bir başka örneği olmadığı için pazardan elde edilecek kazanç oldukça yüksek olacaktır. Bir süre sonra hizmetlerin ve ürünlerin pek çoğunun benzerleri de pazara giriş yapabilmektedir. Bu da pazarlama döngüsü içinde doğal karşılanması gereken bir süreçtir.

4. Bir ürün/hizmet ilk marka değilse ne yapılmalı?

Bir ürün ve hizmetin benzerleri varsa mutlaka farklılıkları ve ürünün güçlü yönlerini ön plana çıkarıp tüketicilere, müşterilere, misafirlere iyi anlatılması gerekmektedir. Bunun için de doğru ve etkili bir pazarlama iletişimi planı ve bu planı takip eden sürdürülebilir pazarlama iletişimi faaliyetleri düzenlenmelidir.

Pazarlama İletişimi Faaliyetleri

Pazarlama iletişimi dendiğinde akla gelen en öncelikli faaliyetler arasında işletme tasarımı, reklam, tutundurma (satış tutundurma), halkla ilişkiler (PR), eğitici materyaller ve kişisel iletişim yer almaktadır.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

APPLE, AMAZON, GOOGLE VE FACEBOOK'UN GEÇMİŞTE ALDIĞI MELEK YATIRIMLAR

Günümüzde dünyanın en değerli şirketleri arasında yer alan Microsoft 1975'te, Apple 1976'da, Amazon 1994'te, Google 1998'de, Facebook 2004'te kurulmuştur. ABD'de bu beş şirket bir arada 'Big Tech' veya 'Big Five' olarak anılmaktadır. Bu şirketlerden Microsoft dışındaki diğer dört şirket kurulduktan kısa süre sonra melek yatırımcılardan finansman sağlamıştır. Bu ayki yazımda sizlere dünyanın akışını değiştiren bu melek yatırım dosyalarından bahsedeceğim.

Apple 1 Nisan 1976 yılında Steve Jobs ve Steve Wozniak ortaklığında ABD'nin Kaliforniya eyaletinin Los Altos şehrinde kurulmuştur. Jobs ve Wozniak, Apple I isimli ilk kişisel bilgisayardan bir miktar sattıktan sonra Apple II isimli ikinci kişisel bilgisayarı geliştirmek ve üretimini sağlamak için tohum yatırım turu organize etmiş ve VC şirketi Sequoia Capital'ın yöneticisi Don Valentine'in aracı olmasıyla Mike Markkula ile tanıştırılmıştır. Markkula 1942 yılında doğmuş bir elektronik mühendisidir ve Intel'in ilk çalışanlarından biridir. Markkula'nın Intel'de sahip olduğu hisseler Intel halka arz edildiğinde çok değer kazanmış ve Markkula henüz 30'lu yaşlarında bir milyoner olmuştur. Markkula 1977 yılında kendi nakit varlıklarından 91bin doları ve Bank of America'dan

temin ettiği 250 bin doları Apple'a yatırarak, karşılığında şirkette yüzde 26 pay sahibi olmuştur. Markkula Apple'a şirket tarihinde girişimcilerden sonra yatırım yapan ilk kişi olmakla birlikte, aynı zamanda bireysel olarak yatırım yapan tek melek yatırımcıdır. Markkula'nın sağladığı sermaye 1977 yılında kişisel servetinin yüzde 10'unun altındadır. Markkula Apple'a yatırım yaptıktan sonra yaklaşık 20 yıl boyunca şirketin yönetim kurulunda görev alarak şirketin yönetiminde girişimcilere destek olmuştur. Markkula Apple'a melek yatırım yaptıktan hemen bir yıl sonra Apple'ın gelirleri 7.8 milyon dolara ulaşmıştır. Apple aynı yıl Venrock ve Sequoia Capital'dan bir tur daha yatırım almıştır, ardından 1980 yılında şirketin gelirleri 117 milyon dolara yükselmiştir. Apple 1980 yılında 1,8 milyar dolar şirket değeri ile

halka açılmıştır. Apple'ın değeri bugün yaklaşık 2,5 trilyon dolara ulaşmıştır; 1980 yılına kıyasla 1,388 kat değer kazanmıştır. Markkula'nın 1977 yılında elde ettiği hisselerin ne kadarını günümüzde koruduğu, hangi tarihlerde hangi fiyatlardan hisse satışı yaparak kârını ne ölçüde realize ettiği tam olarak bilinmemektedir.

Amazon Jeff Bezos tarafından 1994 yılında ABD'nin Washington eyaletinin Bellevue şehrinde kurulmuştur. Jeff Bezos Amazon'u kurduktan 1 yıl sonra 20 melek yatırımcının katılımıyla bir tohum yatırım turu organize etmiş ve şirkete toplam 981 bin dolar finansman sağlamıştır. Yatırım turuna katılan melek yatırımcıların her biri yaklaşık 50 bin dolar yatırım yapmış ve şirketin yüzde 1'e yakın hissesine sahip olmuştur. Bu yatırımcılar arasında Tom Alberg'in önemli bir yeri bulunmaktadır.



Tom Alberg kendisiyle yapılan bir röportajda Jeff Bezos'la olan ilk buluşmasında Bezos'u çok zeki bulduğunu, karşısına çok net bir iş planıyla çıktığını ifade etmiştir. Alberg, ortalama bir kitapçının yılda 2,7 defa stoklarını yenileyebilir olmasına karşın, Amazon'un yılda 20 defa stoklarını yenileyebilir olmasının kendisi çok etkilediğini ve yatırım kararı almasında etkili olduğunu belirtmiştir. Amazon 1995 yılının sonunda melek yatırımcılardan 1 milyon dolara yakın finansman sağladıktan 1 yıl sonra Kleiner & Perkins'den 8 milyon dolar daha yatırım almış, ardından çok hızlı bir şekilde büyümüş başarmış ve Mayıs 1997'de halka arz edilmiştir. Jeff Bezos halka arz aşamasına geldiğinde şirkette ortaklık statüsünü koruyan tek melek yatırımcı olarak Tom Alberg'in ismi yer almıştır. Tom Alberg yatırım yaptıktan sonra 22 yıl boyunca Amazon'un Yönetim Kurulunda yer almıştır. Amazon'un bugünkü piyasa değeri 900 milyar dolar civarındadır.

Google Sergey Brin ve Larry Page ortaklığında 1998 yılında ABD'nin Kaliforniya eyaletinin Menlo Park şehrinde kurulmuştur. 1998 yılında Stanford Üniversitesi öğrencileri olan Sergey Brin ve Larry Page, fakültedeki danışmanlarının aracı olmasıyla Andy Bechtolsheim ile tanıştırılmıştır. 1955 doğumlu bir Alman vatandaşı olan Bechtolsheim, ABD'de Stanford Üniversitesi'nde Doktora eğitimi tamamladıktan sonra Sun Microsystems isimli firmanın kurucuları arasında yer almıştır. Bechtolsheim'a Google arama motorunu anlatan girişimciler, henüz resmi olarak şirket kurmamış durumdayken Bechtolsheim ile olan ilk görüşmelerinin hemen



ardından 1 Ağustos 1998 tarihinde Bechtolsheim'dan 100bin dolar melek yatırım almışlardır. Bechtolsheim kendisiyle yapılan bir röportajda Google'a henüz girişimcilerin elinde sadece bir prototip bulunurken yatırım yaptığını, bu kadar hızlı ve tereddütsüz bir şekilde yatırım yapmasındaki en büyük etkenin o tarihte internette düzgün bir arama motoru bulunmaması nedeniyle kendisinin yaşadığı zorluklar olduğunu ifade etmiştir. Google birer ay arayla önce 4 Eylül 1998'de Google, Inc. olarak şirketleşip, ardından 7 Ekim 1998 tarihinde Bechtolsheim'dan 100bin dolar ek melek yatırım almıştır. Sonrasında 1 Kasım 1998 tarihinde Bechtolsheim ile birlikte Amazon'un kurucusu Jeff Bezos ve iki melek yatırımcıdan toplam 1 milyon dolar daha yatırım almıştır. Birçok kişinin bilmediği bir gerçek burada saklıdır. Yanlış duymadınız; Jeff Bezos Google'ın melek yatırımcılarından biridir. Google melek yatırımcılardan sonra Sequoia Capital gibi VC şirketlerinden yatırım almaya devam etmiştir. Google 2004

yılında 23 milyar dolar şirket değeri ile Nasdaq borsası üzerinden halka arz edilmiştir. Google'ın bugünkü piyasa değeri 1.25 trilyon dolar civarındadır.

Facebook Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında ABD'nin Massachusetts eyaletinin Cambridge şehrinde kurulmuştur. Zuckerberg Facebook'a yatırım yapması için ilk olarak LinkedIn'in kurucusu olan Reid Hoffman'ın kapısını çalmıştır. Ancak Hoffman, platformdan etkilendiği halde kendi şirketi ile çıkar çatışması yaşayacağını düşünerek Facebook'a yatırım yapmama kararı almıştır ve Zuckerberg'ü PayPal'ın kurucusu Peter Thiel'e yönlendirmiştir. Haziran 2004'te 250 bininci üyesine ulaşan Facebook, aynı yılın Ağustos ayında Thiel'dan melek yatırım almıştır. Thiel, Facebook'a 500bin dolar yatırım yaparak, 4,9 milyon dolar şirket değeri üzerinden yüzde 10,2 pay sahibi olmuştur. Facebook 2012 yılında 100 milyar Dolar şirket değeri ile Nasdaq borsası üzerinden halka arz edilmiştir. Facebook'un bugünkü piyasa değeri 300 milyar dolar civarındadır.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ**9 Aralık Cuma**

- 16-30 Kasım 2022 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

12 Aralık Pazartesi

- 16-30 Kasım 2022 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

15 Aralık Perşembe

- Kasım 2022 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Varlık Barışı Kapsamında Kasım 2022 Dönemine Ait Sorumlu Bankalar ve Aracı Kurumlar Tarafından Yurt Dışında Sahip Olunan Varlıklara İlişkin Vergi Beyannamesinin Verilmesi ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

20 Aralık Salı

- Kasım 2022 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Aralık Pazartesi

- Kasım 2022 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Kasım 2022 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Aralık 2022 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 11-15 Aralık 2022 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi



GARANTİ BBVA'YLA KOBİ'LER TAM GÜÇ İLERLER

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

