

YATIRIMCI-GİRİŞİMCİ İLİŞKİSİ NASIL KURULMALI?

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

MART 2023

TEKNOLOJİ GİRİŞİMLERİ

HANGİ ALANLARDA
FIRSAT VAR?

GENÇ GİRİŞİMCİLER
UNICORN OLMA
YOLUNDA

YENİ NESİL
YARATICI
İŞ FİKİRLERİ



E-TİCARET 10 YILDA 50 KAT BÜYÜDÜ | START UP EKOSİSTEMİ MOBILEFEST'TE BULUŞTU

“MOBİL UYGULAMAMIZ BİRKAÇ AY İÇİNDE GELİYOR”

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**





Çocuğunuz avukat mı olsun, oyun tasarımcısı mı?

Yenilikçi, yüksek katma değerli, teknolojik iş fikirleri içeren girişimler “teknogirişim” ve bu çabayı gösteren girişimcilere de “teknogirişimci” deniyor. Bu kavramlar son 20 yılda dünyayı değiştiren teknolojik atılımların ve büyüklüğü devletleri aşan küresel dev markaların doğumuna yol açtı.

ABD’de Silikon Vadisi’nde başlayan bu devrim, son yıllarda Türkiye’ye de sıçramış durumda. Bugün Hepsiburada, Peak, Getir, Trendyol, Dream Games ve Insider gibi milyar dolarlık (unicorn) girişimler sadece girişimlere değil, yatırımcılara da cesaret veriyor.

Türkiye’de teknogirişimcilerin sayısı çeşitli tahminlere göre her yıl 800-1000 arasında artıyor. Bu artışı sağlayan temel itici güç TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından verilen hibe ya da geri ödemeli teknoloji destekleri olarak öne çıkıyor. Türkiye’de girişimciliğin desteklenmesi kapsamında, derin teknoloji alanında faaliyet gösteren girişimcilerin başka ülkelerde serbest dolaşımını sağlayacak vize uygulaması olan TEKNOVISA Programı büyük önem taşıyor.

Teknoloji girişimciliği denince Türkiye’de akla ilk gelen sektörler perakende, oyun ve sağlık...

Bu noktada özellikle oyun sektörü teknogirişimcilik açısından sınırsız fırsatlar sunuyor.

KPMG’nin paylaştığı verilere göre, 2024 yılında oyun sektöründe tüketici sayısının 3,3 milyar seviyesine ulaşması bekleniyor.

Asya-Pasifik bölgesi, oyun sektörü pazar hacminin yüzde 50’sine sahip olarak önümüzdeki yıllarda da en büyük pazar payına sahip olmaya devam edecek.

Türkiye girişimcilik ekosistemi hakkında çalışmalar yapan startups.watch, Invest in Türkiye ile beraber hazırladığı ve 2022 yılını kapsayan Türkiye oyun ekosistemiyle ilgili raporuna göre, 2018 yılından itibaren yükselişe geçen ekosistemde bugün 522 aktif oyun start up’ı, 10 oyun kuluçka merkezi, 13 hızlandırma programı ve 5 oyun yatırım fonu bulunuyor. KPMG’nin Oyun Sektörü raporuna göre de Türkiye’de 2022 yılı itibarıyla 600’e yakın oyun şirketi bulunuyor.

Teknoloji girişimciliği yalnızca dünyayı değiştiren kavram ve hizmetleri hayatımıza sokmakla kalmıyor; geleceğin mesleklerini de doğrudan etkiliyor.

LinkedIn tarafından 2023 için hazırlanan 15 mesleği içeren liste, teknoloji girişimciliği alanında faaliyet gösteren pozisyonlara olan ilgiyi ortaya koyuyor: Buna göre listenin ilk sırasında Game Designer (Oyun Tasarımcısı), ikinci sırasında Blockchain Developer (Blokzincir Yazılımcısı - Blokzincir Geliştiricisi) ve üçüncü sırasında Growth Specialist (Büyüme Uzmanı - Büyüme Yöneticisi) yer alıyor.

Özetle, artık “Çocuğum avukat, doktor, mühendis olsun” devri çöktan geçti.

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

HABER MERKEZİAyşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü)

Burcu Tuway, 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: 0 212 336 53 90

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen

Tel: 0 312 577 31 56

ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM**SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkorol**ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ****(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ)** Yakup Kurtulmuş**FINANS DİREKTÖRÜ** Didem Kurucu**DIJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ** Eren Demir**REKLAM VE ETKİNLİK GRUP BŞK.** Ali Erman İleri**REKLAM GRUP BAŞKAN YRD.**

Seda Erdoğan Dal - Işıl Baysan Turan

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam

REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ

Maya Yılmaz - Mürvet Yılmaz

BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ Hülya Erdoğan

Tel: 0 212 336 53 72 Faks: 0 212 336 53 91

TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka

Tel: 0 212 336 53 61 - 62

REZERVASYON

Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ

Aysel Şener

Tel: 0 212 336 53 75

ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Sezinur Balıkcıoğlu

ANKARA REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ

Beliz Balıbey

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

BASKI

Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.

Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.

No:16 Ümraniye-İSTANBUL

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

www.bilnet.net.tr

Sertifika No: 42716

DAĞITIM

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

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

üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300

ÇALIŞMA SAATLERİ

abone@doganburda.com / www.doganburda.com

Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.



Dünya genelinde 2 milyona yakın teknoloji girişiminin bulunduğu ve her yıl yaklaşık 140 bin yeni teknoloji girişiminin ekosisteme dahil olduğu tahmin ediliyor. Teknoloji girişimciliği dünyada olduğu gibi Türkiye’de de özellikle gençler arasında giderek daha yaygın bir kariyer seçeneği haline gelmiş durumda. Türkiye sahip olduğu büyük nüfus, bu nüfus içindeki yüksek genç oranı, dinamik ekonomisi ve büyüme potansiyeli ile bölgesinde ve dünyada önemli bir girişimcilik ekosistemi olmaya doğru ilerleyen ülkeler arasında gösteriliyor.



Bireylerin iyilik halini artırma hedefiyle yola çıkan online mental sağlık platformu Relate App, kısa sürede 30 binin üzerinde kullanıcıya ulaştı. Relate App Kurucu Ortağı Psikolog Dr. Gizem Sürenkök, “Yatırım turuna çıkmamızdaki en önemli nokta da yurt dışına açılma hedefimiz” diyor.



Yaklaşık 415 bin 30 farklı popüler oyunda istedikleri yerde ve zamanda mücadele etme ve kendilerini kanıtlama imkanı tanıdıklarını aktaran Gamer Arena Kurucu Ortağı ve CEO’su Kerim Yılmaz, mobil uygulamayı birkaç ay içinde oyunseverlerle buluşturacaklarını anlatıyor.

05 İlk butik kahve evi
90 şubeye ulaştı

06 KOBİ Gündemi

08 **KAPAK KONUSU**

Teknoloji girişimleri

12 Start up ekosistemi
Future Techs Fuarı’nda

14 İhracatta Güney Amerika
pazarına odaklanacak

16 Yurt dışı hedefi için
yatırım turuna çıkacak

18 İki kız kardeşi
buluşturan girişim

20 Nakliyat sektöründe
dijital dönemi başlattı

22 “Yeni nesil mücevher
konsepti yaratıldı”

24 “Mobil uygulamamız
birkaç ay içinde geliyor”

26 “40 girişimci kadının
yoluna ışık tutacağız”

28 Pandemide alerji oldu
OTC markası yarattı

29 E-ticaret 10 yılda
50 kat büyüdü

30 “2025 sonunda 50 milyon
kullanıcı hedefliyoruz”

32 “Bu yıl Avrupa’da
iki ülkeye gireceğiz”

34 “2023’te beş yeni
yatırım yapacağız”

36 **Prof. Dr. Volkan Demir:**
Küçük ve mikro işletmeler için
finansal raporlama standardı
(KÜMİ FRS)

38 **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:**
Müşterilerimiz Satılma
Kararlarını Nasıl Veriyor?
(Bölüm 2)

40 **Cem Ener:**
Yatırımcı-Girişimci İlişkisinde
Ne Gibi Gözetim
Mekanizmaları Kurulabilir?

42 Vergi Takvimi



Yazılımın ve bilişimin kalbi 26-28 Ocak’ta düzenlenen Mobilefest 2023’te atıldı. ExpoHIS tarafından hayata geçirilen 3. Uluslararası Mobilefest İletişim Teknolojileri Fuarı ve Konferansı, yerli ve yabancı 150 şirkete ve 10 bini aşkın ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.



Temelleri pandemide Gonca ve Gülşah Gülser kardeşler tarafından atılan Quin Engine AI, online perakende kişiye özel analiz yapan bir AI yapısı. Bu sayede şirketlerin online gelirlerinde yüzde 30 artış sağlıyor. Geçen yıl 580 bin pound yatırım çeken Quin, global bir teknoloji şirketi olmayı hedefliyor.



Türkiye’nin en köklü girişim sermaye fonlarından Revo Capital’in CEO’su Cenk Bayraktar, “2023 yılında 5 yeni yatırım yapmayı planlıyoruz ve 2 portföy şirketimizin değerinin 1 milyar doları geçmesini bekliyoruz” diyor.

İlk butik kahve evi 90 şubeye ulaştı

Türkiye'nin ilk butik kahve evi olan Gönül Kahvesi, 90 şubesi ile geçen yıl 200 milyon TL ciroya ulaştı. Bu yıl da büyümelerinin devam edeceğini söyleyen Gönül Kahvesi CEO'su Kemal Yardımcı, "Bu yıl 12 franchise vereceğiz. Bir Gönül Kahvesi şubesi açmanın maliyeti 3-4 milyon TL'yi bulunuyor. Yatırımın geri dönüşü ise işletmecinin profesyonelliğine bağlı olarak 24-36 ay arasında oluyor" diyor.

Yabancı kahve zincirleri Türkiye'ye gelmeden önce pazara giriş yapan ilk butik kahve evi olan Türk kahvesinin hak ettiği yerini bulması hedefiyle 'butik kahve evi' konseptiyle faaliyete geçen şirket bugün 90 şubeye ulaşmış durumda.

Geçen yılı 200 milyon TL ciro ve yaklaşık bin çalışan ile kapattıklarını belirten Gönül Kahvesi CEO'su Kemal Yardımcı, bu yıl da büyümelerini sürdüreceklerini söylüyor. Türkiye'nin pek çok noktasına ulaştıklarını dile getiren Yardımcı, "Son olarak Edremit, Forum İstanbul, Diyarbakır Suriçi, Şırnak ve Rize'de şubeler açtık. Yurtdışında da büyütüyoruz. Bahreyn'de 3'üncü şubemizi açacağız. İngiltere ve ABD'de de şubelerimizi devreye sokacağız yakında. Öte yandan franchise vererek de büyütüyoruz. Bu yıl 12 franchise vereceğiz. Yatırımın geri dönüşü ise işletmecinin profesyonelliğine bağlı olarak 24-36 arasında oluyor" diyor.

Gönül Kahvesi daha çok franchise verecek büyüyor. Öyle ki şubelerinin 5'i dışında hepsi franchise. Bu yıl da Türkiye'nin her yerinden gelen yeni franchise talepleri değerlendiriliyor. Yardımcı, bir Gönül Kahvesi açmanın maliyetini 3-4 milyon TL arasında değiştiğini söylüyor.

Vegan beslenme

Gönül Kahvesi, atık toplamadan hayvanları korumaya kadar geliştirdikleri pek



KEMAL YARDIMCI

çok projeye de 'sorumlu bir marka' olarak çalışıyor. Yeni bir sosyal sorumluluk projesine daha başlayan şirket bu kapsamda şubelerinde 'sağlık köşesi' oluşturmuş bu-

lunuyor. Burada, pek çok niş ürünü sağlıklı beslenmeyi tercih eden müşterilerine sunacaklarını söyleyen Yardımcı, şöyle devam ediyor: "Glütensiz beslenmenin sağlığa yararları konusundaki farkındalık arttıkça, giderek daha fazla insan glütensiz bir yaşam tarzına geçiyor. Çölyak hastalığı otoimmün bir bozukluk ve tek tedavisi yaşam boyu glütensiz beslenmek. Ancak giderek artan glüten hassasiyetine, çölyak hastalığına ve sağlıklı beslenmeyi tercih eden insan sayısındaki artışa rağmen halen dışarıda glütensiz besin seçenekleri bulmak oldukça zor. Bu noktada çölyaklı bireylerin sosyalleşme ihtiyaçları da desteklenmiyor. Biz; glütensiz, vegan, ketojenik, katkısız, koruyucusuz ürün grubuna girme kararı alan ilk zincir kafe konumundayız. Oluşturduğumuz 'Sağlık Köşesi' ile bu niş ürünleri sayıları gün geçtikçe artan sağlıklı beslenen müşterilerimizin hizmetine sunuyoruz. İlk yıl için 5 milyon TL'lik satış hedefliyoruz bu kategoriden."

Kadın girişimci ile çalışıyor

Şirket bu kategoriye giren ürünleri fason olarak ürettiriyor. Bir kadın girişimci tarafından Türkiye'de kurulan ve 'sağlık' anlamına gelen 'SANTEO1' şirketi tarafından artizan (el emeği) olarak üretilen ürünler 'Gönül Kahvesi' markasıyla şubelerinde tüketicilerle buluşuyor.

"Uzmanlarla çalışıyoruz"

Partnerleri SANTEO1'in sağlıklı beslenme için gerekli olan ürünleri üretmek için uzman diyetisyenler, gıda mühendisleri ve konunun uzmanı akademisyen (profesör) danışmanlarla birlikte çalıştıklarının altını çizen Yardımcı, şöyle devam ediyor: "Tüm şubelerimizde bu ürünleri tüketicilere sunuyoruz. 'Sağlığını Düşünen Herkes İçin' sloganında belirttiğimiz gibi bu ürünler sadece glütensiz beslenenler için değil aynı zamanda daha sağlıklı beslenme kararı alan herkese yönelik. Bu nokta çok önemli."

Yaratıcı Genç Girişimci Ödülleri için son başvuru tarihi 17 Şubat



■ JCI'nin (Uluslararası Genç Liderler ve Girişimciler Derneği) global girişimcilik alanındaki temel programlarından biri olan Creative Young Entrepreneur Programı girişimci genç liderleri desteklemeyi, motive ederek ilham vermeyi amaçlıyor. Program kapsamında genç girişimciler, çevrimiçi ve fiziksel etkinliklerde girişimlerini girişim ve yatırım uzmanlarından oluşan jüriye

sunabilecekler. CYE Programı, sponsorlar ve partnerler aracılığıyla yarışmanın kazananlarını ödüllendirecek ve aynı zamanda katılımcıları yenilikçi yeni girişimler yaratmaya ve mevcut girişimlerini geliştirmeye teşvik edecek. CYE hakkında açıklamada bulunan 2023 JCI Türkiye Başkanı Fatih Katipoğlu, "CYE programından çıkan bir girişimin unicorn bir girişime dönüşmesi en büyük hayallerimizden biridir. Bu anlamda CYE yarışmasıyla genç Türk girişimcilerini global sahneye taşımak için eşsiz bir fırsat yarattığımızı inanıyoruz" dedi.

Türk Telekom'dan girişimci kadınlara hibe desteği

■ 'Türkiye'ye Değer' yaklaşımıyla sosyal sorumluluk projelerini sürdüren Türk Telekom'un 'Dijitalde Hayat Kolay' projesinde son aşamaya gelindi. Türk Telekom'un Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile Habitat



Derneği ortaklığında sürdürdüğü projede dijital pazarlama eğitimi, tasarım odaklı düşünme atölyesi ve mentorluk süreçlerini

tamamlayan 20 girişimci kadın, jüri üyeleri karşısında hikayelerini ve iş geliştirme hedeflerini paylaştı. Dijitalde Hayat Kolay projesinde jüri değerlendirmesine katılan girişimci kadınlar; sürdürülebilir giyim ürünleri, ekolojik kozmetik, dekorasyon, organik gıda, yayıncılık, tekstil tasarımı gibi faaliyet gösterdikleri ve ekonomiye katkı sağladıkları alanlar hakkında jüriye bilgi verdiler.

"Girişimcilik bir takım oyunudur"

■ Girişimci İşadamları Vakfı (GİV) tarafından her ay düzenlenen "Girişimci Buluşmaları" 24 Ocak Salı günü Bahariye Mevlevihanesi'ndeki vakıf merkezinde gerçekleştirildi. "Girişimci Buluşmaları"nın bu ayki konuğu, dünyanın en büyük ve köklü ticaret odalarından biri olan İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) Meclis Başkanı Erhan Erken oldu. Erken konuşmasında, "Girişimci ruhlu insanların en önde koşması önemlidir. Genç arkadaşlara yılmadan daha iyisine ulaşmak için çok çalışmalarını öneriyorum. Girişimciler hayal kurarak, ahlaklı olmayı unutmadan ve iyi bir planla hedefe koşmalıdır. Maddi sermayenin yanında insanın manevi sermayesi de çok önemlidir. Girişimcilik bir takım oyunudur ve bu takım oyununda olabildiğince kendimizi besleyen insanların içinde yer almalıyız" dedi.



Türkiye'nin ilk veriye dayalı girişimcilik ödülleri

■ StartupCentrum, Türkiye'de veriye dayalı verilen ilk girişimcilik ödülleri başlattığını duyurdu. StartupCentrum Girişimcilik Ekosistemi 2022 Ödülleri; Rapor Ödülleri, Halk Oylaması Ödülleri ve Özel Ödülleri olmak üzere üç farklı kategoride değerlendirilecek ve çok çeşitli ekosistem oyuncularına ödülleri takdim edilecek. Rapor ödülleri kapsamında, yılın en aktif yatırımcıları, "StartupCentrum 2022 Türkiye Ekosistemi Yıl Sonu Raporu" verilerine göre ödüllendirilecek. Rapor ödülleri arasında en önemli özelliği ise Türkiye'de ilk defa veriye dayalı verilecek olan ödül olması. Rapor ödülleri kategorilerinin bazıları; Yılın En Aktif Melek Yatırımcıları, Yılın En Aktif Venture Capital'ı, Yılın En Aktif Corporate Venture Capital'ı, Yılın En Aktif Melek Yatırımcıları ve daha fazlası olacak.



Kooperatifçilik için bir araya geldiler



■ 21 Aralık Dünya Kooperatifçilik Günü nedeniyle Muğla'da tarımsal faaliyet gösteren üst birlikler, 209 kooperatif başkanı ve sivil toplum kuruluş temsilcileri bir araya geldi. Yaklaşık 300 kişinin katılımıyla gerçekleşen yemekli toplantıda "Yerelde Kırsal Kalkınma Modeli

Muğla" projesinin lansmanı yapıldı. Kooperatifçiliğin yarattığı ekonomik değere vurgu yapan Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürü Dr. Mustafa Altuğ Atalay, "Türkiye genelinde 10 bine yakın kooperatifimiz var, bunun 500'ü Muğla'da bulunuyor. Ürettiğimiz ekonomik değer maalesef karşılığını bulamıyor. Japonya'da özellikle bizdeki kooperatif sayısının yüzde 1'i kadar. Kooperatifçilik var ama toplam ürettikleri ekonomik değer bizimkinin 1000 katı" dedi.

Sabancı ARF'e seçilen 14 girişime GOOINN desteği

■ 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'in ilk uygulama dönemi kapsamında, toplam 14 girişim, Sabancı ARF ekibi ve GOOINN danışmanlığında gerçekleştirilen oryantasyon süreçlerini tamamlayarak eğitim ve mentorluk programlarına başladı. Türkiye ve dünyada büyük firmalara inovasyon ve kurum içi girişimcilik yetkinlikleri transfer eden GOOINN Kurucusu Yavuz Çingitaş, Sabancı Holding'in Türkiye ile dünyayı birleştirme vizyonlarını hayata geçirmek konusunda birçok programda birlikte olmaktan çok mutlu olduklarını ifade etti.



Kratos girişimi 2,1 milyon TL fon talebiyle yatırım turunda

■ Yüz cerrahisi için 3D simülasyon ve animasyon teknolojisi geliştiren Kratos girişimi, şirket paylarının yüzde 10'unun arzıyla paya dayalı kitle fonlaması turunu başlattı. fonbulucu platformunda 2,1 milyon TL fon talebiyle 25 MART 2023'e kadar yatırımcılarla bir araya gelecek olan girişim; yüz cerrahisi dışında saç ekimi, kozmetik, kriminal, oyun ve film sektörlerinde de kullanımına uygun yapay zeka tabanlı cihazlarıyla gelişmiş çözümler üretiyor.

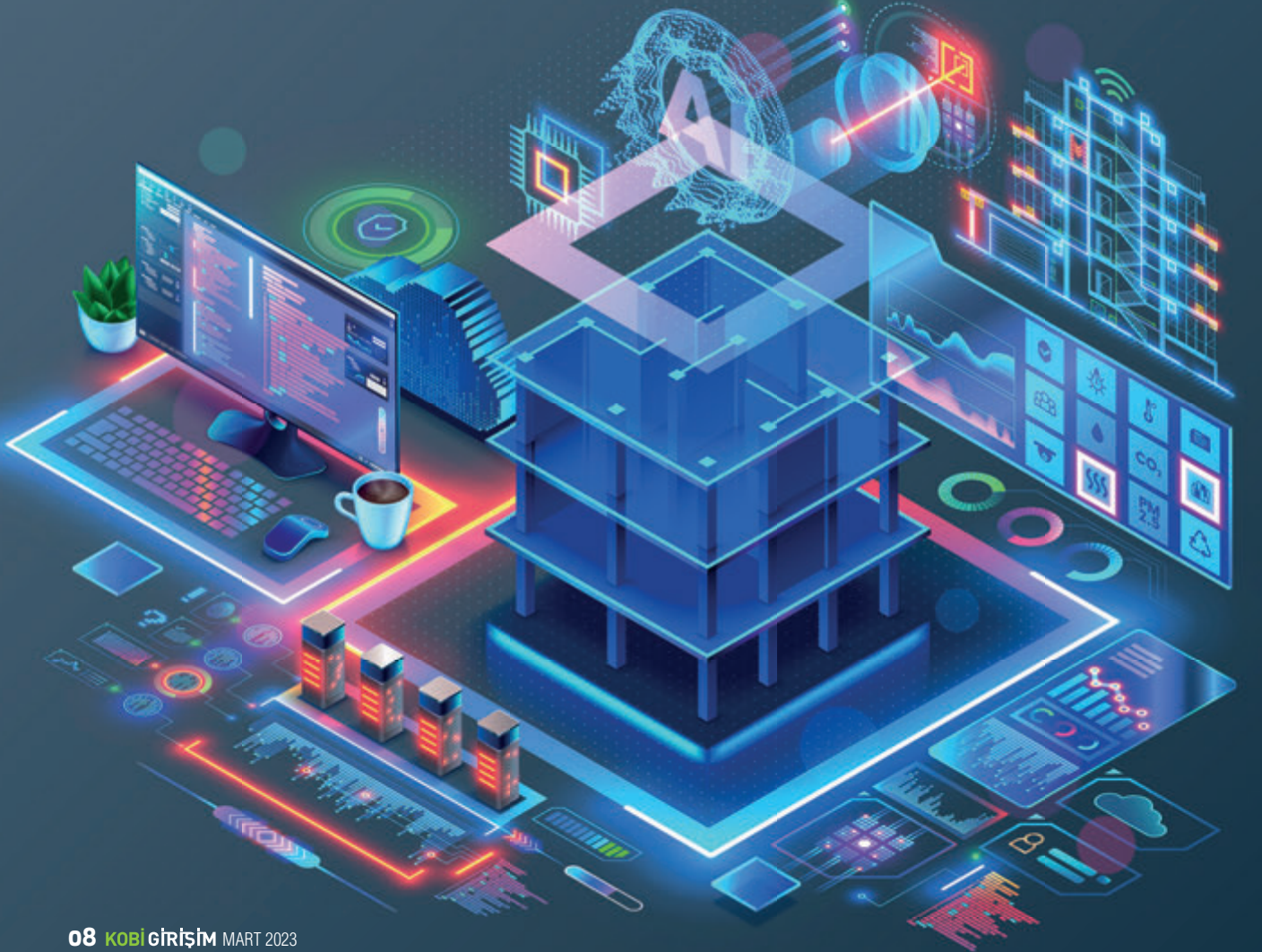


ASO'dan melek yatırım çağrısı

■ Ankara Sanayi Odası (ASO) Başkanı Seyit Ardıç, "Kadın girişimini önceleyerek çalışan girişimci sermayesi yatırım fonları ve ağların çoğalması ve girişimciliği kariyer olarak seçen kadınlarımızın sayısını artıracaktır." ifadelerini kullandı. ASO'dan yapılan açıklamaya göre, Girişimci İş Kadınları Derneği (ANGIKAD) ve Ankara Kalkınma Ajansı işbirliğinde düzenlenen "Yatırımcılara ve Girişimcilere Yönelik Melek Yatırım Semineri" Odanın ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Ardıç, burada yaptığı konuşmada, yatırımda sıradanlığı aşmanın en önemli koşulunun fark yaratmak olduğunu, bunun için de yaratıcı iş fikirlerine ve finansmana ihtiyaç duyulduğunu bildirdi. Melek yatırımcılık için son derece güçlü bir ekosistem gerektiğini vurgulayan Ardıç, "Bir tarafta güçlü iş fikirleri olanlar, bir taraftan da bu fikirlere yatırım yapma potansiyeli olan ve uzun vadede kazanacak yatırımcılar. Devlet-özel sektör işbirliğinde bu iki tarafı buluşturan sağlıklı bir ekosistem oluşturursak ikinci yüzyılımda ekonomik ve sosyal olarak gerçekten dünya liginde üst sıralara çıkabileceğimize inancım tam" değerlendirmesinde bulundu.



TEKNOLOJİ GİRİŞİMCİLİĞİ YÜKSELİYOR



Dünya genelinde 2 milyona yakın teknoloji girişiminin bulunduğu ve her yıl yaklaşık 140 bin yeni teknoloji girişiminin ekosisteme dahil olduğu tahmin ediliyor. Teknoloji girişimciliği dünyada olduğu gibi Türkiye’de de özellikle gençler arasında giderek daha yaygın bir kariyer seçeneği haline gelmiş durumda. Türkiye sahip olduğu büyük nüfusu, bu nüfus içindeki yüksek genç oranı, dinamik ekonomisi ve büyüme potansiyeli ile bölgesinde ve dünyada önemli bir girişimcilik ekosistemi olmaya doğru ilerleyen ülkeler arasında gösteriliyor. Hepsiburada, Peak, Getir, Trendyol, Dream Games ve Insider gibi milyar dolarlık (unicorn) girişimler sadece girişimlere değil, yatırımcılara da cesaret veriyor.

Yenilikçi, yüksek katma değerli, teknolojik iş fikirleri içeren girişimlere “teknogirişim” ve bu çabayı gösteren girişimcilere de “teknogirişimci” adı veriliyor. Teknolojik girişimler, diğer girişimcilik örneklerinden özellikle yüksek ve hızlı büyüme potansiyeli ve global pazara açılma kapasiteleri ile ayrılıyor. Teknoloji girişimcileri bugün dünyada “unicorn” olarak tanımlanan Uber, Skype, Google, Amazon gibi teknolojinin dev şirketlerini kurarak dünyadaki dengeleri yerinden oynatmayı başardılar.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 2021 yılı ilk çeyreği itibarıyla küresel teknoloji girişimciliği ekonomisinin yaklaşık 3 trilyon dolar tutarında bir büyüklüğe erişti. 2020 yılındaki Covid-19 Pandemisinin getirdiği özel koşullar dikkate alınmazsa dünya ekonomisinin yüzde 2,5-3 oranında büyüdüğü bir ortamda teknoloji girişimciliği ekosisteminin yıllık yüzde 10-14 oranında büyümekte olduğu görülüyor. Dünya genelinde 2 milyona yakın teknoloji girişiminin bulunduğu ve her yıl yaklaşık 140 bin yeni teknoloji girişiminin ekosisteme dahil olduğu tahmin ediliyor.

Silikon Vadisi ile temeli atıldı

Teknoloji girişimciliği ekosisteminin ilk ve en başarılı örneği ABD’de, Silikon Vadisi ve etrafında oluştu. 70 yıla yakın bir süre önce temelleri atılmaya başlanan bu ekosistem, bugün yaklaşık 3bin kilometrekarelik bir alanda borsada işlem gören 400’den fazla şirketin genel merkezine ve 3 milyondan fazla nitelikli çalışana ev sahipliği yapıyor. Microsoft, Google, Apple, Facebook, Amazon gibi teknoloji girişimleri Silikon Vadisi’nden çıkarak dünyayı değiştiren markalar haline geldiler.

Teknoloji girişimi rüzgarı

Bugün Hepsiburada, Peak, Getir, Trendyol, Dream Games ve Insider gibi milyar dolarlık (Unicorn) girişimler sadece girişimlere değil, yatırımcılara da cesaret veriyor. Teknoloji girişimciliği denince Türkiye’de akla ilk gelen perakende ve sağlık sektörleri olsa da son yıllarda büyük bir hızla büyüyen bir diğer alan: Oyun sektörü...

Oyun sektörü, Türkiye girişim ekosistemi içerisinde yatırımcılar tarafından adet ve hacim olarak en çok ilgi gören sektörlerden birisi olmuş durumda. Türk oyun sektörü son 10 yılda, özellikle 2020’de birden fazla Türk mobil oyun şirketinin değer açısından 1 milyar ABD doları eşliğini aşarak “unicorn” haline gelmesiyle gelişme gösterdi. Ülkenin mobil oyun sektörü 2015 yılından bu yana, büyük oyun yapımcısı şirketlerin Amerikalı şirketler tarafından yüz milyonlarca dolar

karşılığında satın alınmasıyla yaklaşık 2,5 milyar dolar yatırım çekti.

3 milyar oyuncu var

Türkiye girişimcilik ekosistemi hakkında çalışmalar yapan startups.watch, Invest in Türkiye ile beraber hazırladığı ve 2022 yılını kapsayan Türkiye oyun ekosistemiyle ilgili raporuna göre, 2018 yılından itibaren yükselişe geçen ekosistemde bugün 522 aktif oyun start up’ı, 10 oyun kuluçka merkezi, 13 hızlandırma programı ve 5 oyun yatırım fonu bulunuyor.

KPMG’nin paylaştığı verilere göre, 2021 yılına geldiğimizde dünya genelinde yaklaşık olarak 3 milyar adet oyun kullanıcısı pazarda aktif olarak bulunuyor. 2024 yılına bakıldığında ise 2021 yılında yaklaşık 3 milyar olan oyun sektöründe tüketici sayısının 3,3 milyar seviyesine ulaşması bekleniyor. As-



KEMAL TAMER
TAMER CAPITAL KURUCUSU

“Teknoloji girişimciliğinde yolumuz açık”

“Türkiye’nin genç nüfusu çok fazla, girişimcilik ruhu ise çok yüksek. Özellikle teknoloji odaklı girişimcilikte yolumuz

çok açık. Ancak girişimlerin teknoloji yetkinliklerine sahip olmaları, tek başına ticarileşip büyümeleri için yeterli olmuyor. Bu noktada, girişim geliştirme organizasyonu kritik önem taşıyor. Bir hayalin girişime dönüşmesi için öncelikle bir hedef ve stratejinin belirlenmesi, ardından taktiksel esnekliklerle geliştirilmesi gerekiyor. Girişim sürecinin başlamasıyla birlikte şirketleşme ve en nihayetinde tam teşekküllü bir yapıya evrilmesi ise başarıyı tescilliyor.”



MOHAMMED AMİN
DELL TECHNOLOGİES ORTA DOĞU, TÜRKİYE
VE AFRIKA KIDEMLİ BAŞKAN YARDIMCISI

“İnovasyonun lokomotifi yapay zeka olacak”

“Akıllı, otomatik hâle getirilmiş ve verimli iş sonuçlarına giden yolculuk yapay zekâ ile başlıyor. Yapay zekâ, büyüklüğüne bakılmaksızın her kuruluşça benimsendiğinden önümüzdeki yıl önemli bir dönüm noktasına ulaşacak. Liderler, verinin değerinden yararlanmanın yollarını giderek daha fazla arıyor ve değişen trendlere ayak uydurmak ve rakiplerinden bir adım önde olmak için yapay zekâya yöneliyor. Yapay zekâ 2023 yılında inovasyonun lokomotifi hâline gelecek ve insan-makine ortaklığının etkisi tüm dünyada büyük yankı bulacak.”



MUHAMMED ÖZHAN
TT VENTURES GENEL MÜDÜRÜ

“Sağlık teknolojileri de atakta”

“İleri teknoloji girişimlerinde sağlık sektöründe güzel örneklerin ortaya çıkmaya başladığını belirten Türk Telekom girişim sermayesi iştiraki, “İleri teknoloji girişimleri konusunda Virasoft girişim, kanser tanısı konmasını kolaylaştıran veri seti ile yurtdışına açılıyor” diyor. ABD’de önemli bir büyüme potansiyelinin olduğunu vurgulayan Özhan, şöyle konuşuyor: “Ayrıca yurtdışındaki fırsatları da yakından gözlemliyoruz. Bir sonraki Unicorn’un kurumsal yazılım tarafından geleceğini düşünüyorum. Siber güvenlik ve veri odaklı girişimlerin büyüme potansiyeli arttı. Türkiye’de bu konuda önemli insan kaynağı ve deneyime sahip.”

ya-Pasifik bölgesi, oyun sektörü pazar hacminin yüzde 50’sine sahip olarak önümüzdeki yıllarda da en büyük pazar payına sahip olmaya devam edecek.

“600’e yakın oyun şirketi var”

KPMG Türkiye Birleşme ve Satın Alma Danışmanlığı Lideri Gökhan Kaçmaz’ın verdiği bilgilere göre, Türkiye’de 2022 yılı itibarıyla 600’e yakın oyun şirketi bulunuyor. 2020 yılında toplamda 109 adet yeni oyun girişimi kurulurken, 2021 yılında 72 yeni oyun girişimi kurulduğu gözlemlendi. 2020

yılında toplamda 16 oyun şirketi girişim sermayesi yatırımı alırken 2021 yılında ise 56 oyun şirketi girişim sermayesi yatırımı aldı. 2022 yılının Ocak ayında tamamlanan Dream Games, Spyke Games ve Fomo Games işlemleri ile Türkiye oyun sektöründe henüz 2022’nin ilk ayında toplam 315 milyon dolar işlem hacmi elde edildi.

Kaçmaz, şunları söylüyor: “Türkiye’de oyun sektörü özellikle son yıllarda aldığı yatırımlar ve gerçekleşen başarılı satın almalarla ön plana çıktı. İşlem sayısında yaşanan büyük artış işlem hacminde de etkisini gös-

tererek, 2021 yılında alınan yatırımların toplam hacminin 355 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmesini sağladı. 2022 yılının Ocak ayında tamamlanan Dream Games, Spyke Games ve Fomo Games işlemleri ile Türkiye oyun sektöründe henüz 2022’nin ilk ayında toplam 315 milyon dolar işlem hacmi elde edildi.”

Yatırımcılardan yoğun ilgi var

Deloitte Türkiye 2022 yılının birleşme ve satın alma işlemleri raporuna göre, gelecek vaat eden Türkiye pazarı, 500’den fazla oyun stüdyosuyla son yıllarda oyun yatırımcıları için dünya çapında bir çekim merkezi haline geldi. Dream Games’in değerlemesi yaklaşık 2,75 milyar dolara ulaşırken, Spyke Games VC Griffin Gaming Partners’dan 50 milyon ABD gibi rekor bir seviyede başlangıç yatırımı aldı. Teknoloji ve finansal hizmetler, 2022’de toplam işlem sayısının yüzde 27’sini oluşturarak işlem sayısı bakımından ilk sıralarda yer aldı.

Teknoloji odaklı işlemler 70 adet işlemlerle önceki yıla benzer şekilde 2022’de yatırımcıların ilgisini çekmeye devam etti. Teknoloji ve e-ticaret sektörlerine yönelik girişim sermayesi yatırımlarının, yazılım, ödeme sistemleri ve yapay zekâ tabanlı teknolojiler gibi ilişkili sektörlerin gelişimine de katkıda bulunduğu görüldü. Finansal hizmetler 46 işlem ve 1,8 milyar dolar ile işlem hacminde başı çekerek, yıllık toplam işlem hacminin yüzde 16’sını oluşturdu.

2023’ün ilk iş gününde ise Games United 60 milyon dolar değerleme üzerinden kurumsal ve bireysel yatırımcılardan yatırım aldı. Games United Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Bilgehan Baykal konu ile ilgili yaptığı açıklamada; “Farklı firmalardan yatırım aldığımızı büyük bir keyifle duyurmak isteriz. Türkiye’nin yeni ve en güçlü unicorn adayı olan Games United’in vizyonu Avrupa’nın en etkili dijital eğlence içerik üreticisi olmaktadır” dedi.

Türkiye öne çıkmaya başladı

Teknoloji girişimciliği dünyada olduğu gibi Türkiye’de de özellikle gençler arasında giderek daha yaygın bir kariye seçeneği haline gelmiş durumda. Türkiye sahip olduğu büyük nüfusu, bu nüfus içindeki yük-

sek genç oranı, dinamik ekonomisi ve büyüme potansiyeli ile bölgesinde ve dünyada önemli bir girişimcilik ekosistemi olmaya doğru ilerleyen ülkeler arasında gösteriliyor. Bugün Türkiye’de teknogirişimcilerin sayısı çeşitli tahminlere göre her yıl 800-1000 arasında artıyor. Bu artışı sağlayan temel itici güç TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından verilen hibe ya da geri ödemeli teknoloji destekleri olarak öne çıkıyor.

TEKNOVISA programı geliyor

Türkiye’de girişimciliğin desteklenmesi kapsamında, derin teknoloji alanında faaliyet gösteren girişimcilerin başka ülkelerde serbest dolaşımını sağlayacak vize uygulaması olan TEKNOVISA Programı hayata geçirilecek. “Ulusal Teknoloji Girişimciliği Strateji Belgesi”nde Türkiye girişim ekosistemi, 5 ekosistem bileşeni altında incelenerek Milli Teknoloji Hamlesi vizyonu ile teknoloji girişimciliğini güçlendirici 30 strateji ortaya konuldu.

Bu kapsamda, Türkiye teknoloji girişimciliğinin Avrupa’daki önde gelen ekosistemlerle yakınlaştırılması birincil öncelik olarak kabul edilecek. Londra, Berlin, Paris gibi şehirlerle vatandaşların yoğun oldukları merkezlerdeki fonlar, hızlandırıcılar, melek yatırım ağları gibi aktörlerle yakın iş birlikleri tesis edilecek. Teknogirişimlerin bu pazarlarda daha fazla yer alabilmelerine yönelik ön açıcı tedbirler alınacak.

Teknogirişimciye özel vize

Program kapsamında ayrıca teknoloji alanında kritik uzmanlıklara sahip yeteneklerle yenilikçi iş modelleri ve derin teknolojiye dayalı girişimi olan girişimcilere özel vize uygulaması yapılacak. Ülkeler, girişimci vizesiyle başka ülkelerdeki yetenekli girişim-

En Çok Talep Gören 15 Pozisyon

LinkedIn tarafından 2023 için hazırlanan 15 mesleği içeren liste, teknoloji girişimciliği alanında faaliyet gösteren pozisyonlara olan ilginin arttığını ortaya koyuyor:

1. Game Designer (Oyun Tasarımcısı)
2. Blockchain Developer (Blokzincir Yazılımcısı – Blokzincir Geliştiricisi)
3. Growth Specialist (Büyüme Uzmanı – Büyüme Yöneticisi)
4. Customer Success Specialist (Müşteri Başarı Uzmanı)
5. Game Artist (Oyun Sanatçısı)
6. Artificial Intelligence Engineer (Yapay Zeka Mühendisi)
7. Game Developer (Oyun Geliştirici)
8. Patient Coordinator (Hasta İlişkileri Sorumlusu)
9. Concept Artist (Konsept Sanatçısı)
10. Software Quality Assurance Engineer (Yazılım Kalite Güvence Mühendisi)
11. Robotics Engineer (Robotik Mühendisi)
12. Data Engineer (Veri Mühendisi)
13. Back End Developer (Ön Yüz Geliştirme)
14. 3D Artist (3D Modelleme Uzmanı)
15. Product Owner (Ürün Sahipliği)

cileri çekerek ekosistemlerini büyütüp geliştiriyor. Girişimcilerin bürokratik aşamalarda yaşayacakları çeşitli sorunların giderilmesi ve hukuki işlemlerde kolaylaştırıcı olunması, ülkeye ve girişimcilik ekosistemine adaptasyonlarını hızlandıracak mekanizmaların oluşturulması girişimcilik vize programlarının ortak özellikleri olarak görülüyor.

Girişimci vizesiyle yurt dışından gelmiş girişimlerin Türkiye’ye göç etmesini sağlayacak kolaylaştırıcı ve teşvik edici bir mekanizmanın geliştirilmesi hedefleniyor. Ölçeklenmeye özel hızlandırma programı, mentorluk mekanizmaları, yatırımcı ile bu-

luşturma gibi ek desteklerle zenginleştirilerek teknoloji girişimciliği ekosisteminde faaliyet gösteren teknoloji girişimlerinin ülkeye çekilmesi planlanıyor.

Mentorluk ağı oluşturulacak

“Stratejik ittifak” kurulacak ülkeler özelinde karşılıklı serbest dolaşım imkanlarının oluşturulmasına yönelik adımlar atılacak. Yurt içinde ve farklı ülkelerde yaşayan teknoloji liderlerinden oluşan bir mentorluk ağı oluşturulacak. Bu ağda yer alan liderlerin, ülkeyi uluslararası arenada temsil etmeleri bekleniyor. Bunların, kamu politikaları oluşturulmasında ve küresel potansiyeli olan teknogirişimlerin yurt dışına açılma süreçlerinde destekleri alınacak. Yenilikçi iş modelleri ve derin teknolojiye dayalı ve küresel boyutta başarı potansiyeline sahip girişimlerin ülkeye kazandırılması amacıyla özel bir destek programı hayata geçirilecek. Teknogirişimlerin küresel pazarda etkin olabilmeleri için e-Turquality Programı ile yaygın ve sürekli bir destek mekanizması işlenecek.



Start up ekosistemi Future Techs Fuarı'nda

Yazılımın ve bilişimin kalbi 26-28 Ocak'ta düzenlenen Mobilefest 2023'te attı. ExpoHIS tarafından hayata geçirilen 3. Uluslararası Mobilefest İletişim Teknolojileri Fuarı ve Konferansı; yerli ve yabancı 150 şirkete ve 10 bini aşkın ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Mobilefest 2023 ile eş zamanlı bu yıl ilk kez düzenlenen Future Techs Fuarı'na ise yenilikçi ürün ve hizmetleriyle 70'e yakın yerli ve yabancı start up katılarak mentorluk ve yatırımcı görüşmeleri gerçekleştirdi.

İletişim teknolojileri odağında bilişim ekosistemini buluşturmak ve şirketlere yeni iş fırsatları yaratmak amacıyla ExpoHIS tarafından organize edilen, Garanti BBVA ana sponsorluğunda hayata geçirilen 3. Uluslararası Mobilefest İletişim Teknolojileri Fuarı ve Konferansı, 26-28 Ocak tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı tarafından 2023'te desteklenen fuarlar listesine girerek uluslararası statü de kazanan fuar, yerli ve yabancı 150 şirkete ve 10 bini aşkın ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.

“Türkiye'nin GSMA'sı' olmayı hedefliyoruz”

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB), Haberleşme Teknolojileri Kümelenmesi (HTK) ile Yazılım Sanayicileri Derneği'nin (YASAD) ana destekçileri arasında yer aldığı fuarın açılı-

KENAN ONAK



şı, ExpoHIS Genel Müdürü Kenan Onak'ın ev sahipliğinde T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Dr. Ömer Fatih Sayan ve

T.C. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkan Yardımcısı Furkan Karayaka'nın katılımıyla gerçekleşti.

ExpoHIS Genel Müdürü Kenan Onak; Avrasya Bölgesi'nin en büyük fuarı olarak yurtiçinden ve yurtdışından şirketleri teknoloji ekosistemi etrafında buluşturmayı ve yıllar içinde Mobilefest'in, Türkiye'nin Mobile World Congress'i (GSMA MWC) olarak konumlanmasını hedeflediklerini söyledi. Türkiye'yi Mobilefest başta olmak üzere diğer sektörlerdeki fuarlar için bir üs haline getirmenin şart olduğuna dikkat çeken Kenan Onak; “Bunu da yapmak için nitelikli çalışmaları kendi havuzumuzda tutabilmemiz lazım. Şu anki rekabetçi durumda yerli şirketlerimizin ihracata yönelmesi gerekiyor. Bunun için de Mobilefest önemli fırsatlar sunuyor” diye konuştu.

Start up'lara özel fuar

Uluslararası Mobilefest İletişim Teknolojileri Fuarı ve Konferansı'nda bu yıl bir ilk de yaşandı. Garanti BBVA'nın ana sponsorluğunda Mobilefest ile eş zamanlı olarak bu yıl ilk kez, Future Techs Fuarı da düzenlendi ve son günün tamamı start up ekosistemine ayrıldı.

Future Techs Fuarı; Garanti BBVA KOBİ Bankacılığı Pazarlama Direktörü Nurdan Tunay Günaylı, Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi (BTM) Genel Müdürü İbrahim Elbaşı ve Türkiye Teknoloji Parkları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Faruk İnaltekin'in katılımıyla gerçekleşti. Fuar kapsamında Türkiye'de ve dünyada öne çıkan 70'e yakın girişim, start up ekosisteminin güçlü paydaşlarıyla

DR. ÖMER FATİH SAYAN

T.C. ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKAN YARDIMCISI

“Yerli şirketler tüketici değil tasarımcı konuma ulaşmalı”

“Mevcut regülasyonlar ve girişimler çerçevesinde bilişim sektörü yerlilik ve millilik vurgusu doğrultusunda doğru yolda ilerliyor. Mobil iletişimde son yıllarda büyük bir gelişim mevcut. Şirketlerimiz artık etkin ve verimli yatırım ortamını değerlendiriyor. Bu noktada biz de ülke olarak bilgi iletişim teknolojilerini en etkin ve hızlı şekilde kullanmak için çabalıyoruz. Bilgi iletişim teknolojileri sayesinde operasyonel faaliyetler azalırken şirketlerimizin kârlılıkları da artıyor. Bugün haberleşme, devrim geçiriyor. Bu doğrultuda her şeyin her şeyle haberleştiği ve veri ürettiği bir çağdayız. Yerli şirketlerin de bu gelişimde geride kalmaması için tüketici değil tasarımcı konuma ulaşması gerekiyor.”

NURDAN TUNAY GÜNAYLI
GARANTİ BBVA KOBİ BANKACILIĞI PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

“Garanti BBVA olarak teknoloji girişimcilerine destek oluyoruz”

“Teknolojiye ve girişimcilere her dönem değer veren bir banka olarak Future Techs Fuarı'na destek vermekten dolayı da çok mutluyuz. Günümüzde girişimcilik ekosistemi sürekli gelişip büyümeye devam ediyor. Bankacılık sektörü de artık tamamen dijital ve teknoloji üzerinden ilerliyor. Biz de bu noktada bir finans kuruluşu olmanın ötesinde geleceği bugünden şekillendirmeye devam eden teknoloji girişimcilerine destek oluyoruz. Girişimcilerin var olduğunu görmek bizi daha da teşvik ediyor. Başarılı bulduğumuz ve vizyonumuzla uygun girişimcilere değer sağlıyoruz. Bu birliktelikler müşteri deneyimi konusunda da kaldıraç görevi görüyor.”

GARANTİ BBVA KOBİ BANKACILIĞI PAZARLAMA DİREKTÖRÜ
NURDAN TUNAY GÜNAYLI VE EXPOHIS GENEL MÜDÜR YARDIMCISI



bir araya geldi. Start up'ları inovatif ürün ve hizmetleriyle Türkiye'de ilk kez bir araya getiren fuarda, mentorluk programı ve yatırımcı görüşmeleri de gerçekleştirildi.

“Hikâye oluşturun ve bunu paylaşın”

Future Techs Fuarı kapsamında girişimcilik dünyasına ilişkin önemli başlıklar

da ele alındı. Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi (BTM) Genel Müdürü İbrahim Elbaşı, teknoloji ekosisteminin bir döngüden ibaret olduğunun ve burada herkesin bir rolünün bulunduğu altını çizdi. İstanbul Ticaret Odası'nın (ITO) destekleriyle kurulan BTM'nin şu anda dünyanın en iyi beş kuruluşta merkezi arasında olduğunu ve bunu



da kısa süre içinde başardıklarını kaydeden Elbaşı, BTM'nin sadece teknolojik değil topyekün bir dönüşüm meselesi olduğuna dikkat çekti. “Bunu da start up'larla birlikte başarıyoruz. Start up'lar doğası gereği inovatif iş modellerini baz alıp bunu teknolojik yöntemlerle bütünleştiriyor” diyen İbrahim Elbaşı; bunu başarmak için de ürün, pazar ve girişimcinin aynı düzlemde konuşmasının ve tek amaca hizmet etmesinin gerekliliğini de vurguladı.

“İstedığınız kadar güzel ürün veya hizmet yapın, bir hikâye oluşturup bunu başkalarına anlatmadığınız sürece başarılı olamazsınız” diyen Türkiye Teknoloji Parkları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Faruk İnaltekin, bunun için girişimcilerin kendi ürünlerinin ve hizmetlerinin hikayesini anlatması ve network ortamı açısından fuarların çok değerli olduğuna değindi. İnaltekin, bu açıdan Future Techs'te girişimcilere yapılan her türlü yönlendirmenin büyük değer taşıdığını da sözlerine ekledi.

Garanti'den Girişim Hızlandırma Programı

Future Techs Fuarı'nda, ‘Ekosistem girişimcilere neler sunuyor?’ başlıklı bir panel de gerçekleştirildi. Panelin konuşmacıları arasında Garanti BBVA Girişim Bankacılığı Yöneticisi Selin Öz de vardı. Günümüzde kurumların gelenekselleşen iş yapış biçimlerinin yenilikçi dünyada yavaş kaldığına dikkat çeken Öz; bu noktada inovasyona adaptasyonda start up'ların kurumsal şirketlere önemli avantajlar sağladığına işaret etti. Selin Öz, konuyla ilgili şunları söyledi:

“Kurumsal şirketlerin bilgi birikimi ve insan kaynağı, bu iş birliğinde kaldıraç rolü üstleniyor. İş birliğinin başarıya ulaşmasında da her iki tarafın ortak bir dilin oluşturulmasının yanı sıra basitleştirilmesi ve yeniden yazılması gerekiyor. Biz de Garanti BBVA olarak Girişim Hızlandırma Programı ile girişimcilere destek sağlıyoruz. Onların başarıları, büyümeleri, görünürlüklerinin artmaları ve yatırım sürecine hazırlanmaları için mentorluk veriyoruz. Bunun yanı sıra girişimcilerden de çok şey öğreniyoruz. Bu iş birlikleri öğrenimin hiç bitmediği bir süreç.”

İhracatta Güney Amerika pazarına odaklanacak

Türkiye'nin ilk plastik bahçe mobilyaları üreticisi Siesta Mobilya'nın temelleri yaklaşık 45 yıl önce atıldı. 40 metrekarelik bir atölyede plastik üretimine başlayan İzzet Işıldar'ın girişimiyle kurulan bugün Siesta bugün Türkiye'den dünyaya 100'ü aşkın ülkede 500 satış noktasına ulaşarak, sektöründe en çok ihracat yapan firma konumuna geldi. Siesta, 50 bin metrekarelik alana sahip olan Büyükkçekmece'deki fabrikasında, her mekâna uygun farklı çeşitte ürünlerini müşterilerinin beğenisine sunuyor. Koltuk ve sandalyeden tabure ve sehpaye, şezlongtan köşe takımlarına ve çocuk grubu ürünlerine kadar birbirinden farklı tasarımları tüketicileri ile buluşturuyor. Siesta Mobilya koleksiyonlarını İtalyan tasarımcılarla hazırlayarak müşterilerinin talep ve ihtiyaçlarına uygun ürünler geliştiriyor.

2022'nin ilk yarısında 700 milyon TL'ye ulaşan şirket, yılın ikinci yarısında ise dünyada yaşanan ekonomik daralma sebebiyle özellikle yılın son çeyreğinde yavaşlama yaşadı. Siesta Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı Tuncay Işıldar, "Maalesef tüm dünyada aynı anda hem pandemi hem de Ukrayna-Rusya savaşının etkisiyle de satışlarımızda sezon bazında ciddi bir daralma yaşandı" diyor. Tüm olumsuz süreçlere rağmen Siesta üretim kapasitesini artırarak yeni koleksiyon tasarımları ve faaliyetleriyle 2022 yılı sonunda 1 milyar TL ciroya ulaşmayı başardı. "Öncelikle 2023 yılında hedeflerimizle birlikte sektör adına verimli bir yıl geçirmeyi diliyoruz" diyen Tuncay Işıldar, 2023 büyüme hedeflerinin yüzde 10 olduğunu belirtiyor. Siesta Mobilya, ihracatta öne çıkan bir şirket, 100 ülkede aktif bir marka olarak yıllardır TİM ilk 1000 firma arasında yer alıyor. İhracatta yeni pazar olarak Güney Amerika'ya

Yaklaşık 45 yıl önce 40 metrekarelik bir atölyede temelleri atılan Siesta Mobilya, bugün dünyaya 100'ü aşkın ülkeye ihracat yapıyor. 2022'de 150 milyon TL'lik yatırım yapan şirket, ihracatta Güney Amerika pazarına odaklanacak.

Sektör büyümeye devam ediyor

"Mobilya sektörü Türkiye'nin ihracatçı sektörleri arasında yer alıyor. Sektör 2021 yılında 4,8 milyar dolarlık bir ihracat rakamına imza attı. 2022 yılında ise bu rakam 6 milyar dolara ulaştı. Türk mobilya sektörünü dünyada bugün olduğu yedinci sıradan beşinci sıraya yükseltmeyi sektör olarak hedefliyoruz. Mobilya sektörü de çevreci üretim çalışmalarına ve üretimlerine ağırlık veriyor. Geri dönüşüm üzerinden atık kumaş parçaları sektöre kazandırılıyor. Önümüzdeki dönemde de bu çalışmaların daha da artırılarak sektör adına farkındalık yaratacağına inanıyoruz. Bahçe mobilya sektörü hem Türkiye'de hem de dünyada hızla büyüyen dinamik bir pazar. Biz de Siesta Mobilya olarak bu pastadan hak ettiğimiz payı alıp satışlarımızı artırmaya devam ediyoruz."



yoğunlaşan şirket, 2023 yılı için yüzde 85 ihracat hedefliyor. Bunun için 150 milyon TL yatırım yaptıklarını belirten Işıldar, "Ancak 2023 yılında daralma sebebiyle bir artış öngöremiyoruz. 2021-2022 yılı rakamlarını yakalayabilirsek bunun büyük başarı olacağını düşünüyoruz çünkü navlunlar düşmeye devam ediyor ve Uzak Doğu tekrar piyasaya

dahil olmaya başladı, tüm ihracatçılar için yeni bir dönem başlayacak, 2023 yılı, güçlü ve iyi olanın kazanacağı bir yıl olacak" diyor. Dünyada hemen hemen her ülkeye ürün gönderen şirket, son dönemde özellikle Güney Amerika ve Kuzey Afrika ülkelerine yoğunlaşıyor. Ortadoğu pazarı da yapılanma gereken pazarlar arasında ilk sırada yer alıyor.

Yeni tasarımlar geliyor

Makine ve ekipman yatırımlarına devam eden şirket, yıllık 2 milyon adet olan üretim hacmini 2023'te devreye sokup tüketicilerin tüm taleplerine hızlı bir şekilde cevap vermeyi hedefliyor. 2022 yılında çalışan sayısını 250 kişiye çıkartan şirket, 2023 için ise ekonomik daralma sebebiyle çalışan sayısında bir artış öngörmüyor. Işıldar, bununla birlikte üretim kapasitesi arttıkça daha fazla kişiye istihdam yaratmayı hedeflediklerini vurguluyor.



Siesta Mobilya'nın tüm ürünlerinde ana hedefi müşterilerin ihtiyaçlarını en hızlı ve sorunsuz şekilde çözüme ulaştırmak. Dekorasyonun en temel belirleyicileri arasında yer alan mobilyalar hem iç hem de dış mekan kullanımında büyük önem taşıyor. Siesta Mobilya olarak estetik tasarıma sahip ürünleri hem iç hem de dış mekan kullanımına uygun olacak şekilde tasarladıklarını söyleyen İşıldar, sözlerine şu şekilde devam ediyor: "AR-GE çalışmaları bizim için çok önemli. Fonksiyonellik, dayanıklılık ve kolay

temizlenebilme gibi özellikler AR-GE çalışmalarımızın odağında yer alıyor. Dayanıklı ve beden sağlığını önemseyerek tasarladığımız ürünlerimizle insanların daha keyifli vakit geçirmelerini sağlayacak işlevsel tasarımlara odaklanıyoruz." Şirket, 2023'te de en yeni ürünleriyle müşterilerine ayrıcalıklı mekanlar tasarlamak için çalışmalarını sürdürüyor. Contract koleksiyonu, yeni ürünler ile genişlemeye devam ediyor. Yeni sezonda koleksiyona eklenen Paris koltuk, Helen sandalye, Tom tabure, Tom Bar taburesi,

Atlantic masa ve Sky yuvarlak masa çeşitleriyle de mekanlara dinamizm katacaklarını belirten İşıldar, yeni şezlong tasarımı Tropic'i ise mart ayında müşterilerin beğenisine sunacaklarını vurguluyor.

Geri dönüşüme yatırım yapıyor

Siesta, sürdürülebilirlik konusunda da önemli adımlar atıyor. Eski mobilyaların yeniden kullanımı ve geri dönüşümü konusunda tüketici artık daha bilinçli. Geri dönüşümü mümkün olan ve doğal malzemelerden üretilen ürünler tercih ediliyor. Geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik odaklı düşünmek zorunda olduklarını belirten İşıldar, "Siesta olarak genç sanatçılarla, tasarımcılarla çalışıyoruz, eski mobilyaları sanat eserine dönüştürerek, fabrikamızdaki müze alanımızda sergiliyoruz. Plastik, metal, cam, kağıt, karton, ahşap, tekstil ve çeşitli kompozit malzemeler, yeniden kullanıma girebilen ve mobilya tasarımında kullanılabilen malzemeler, bunların da geri dönüşümü mümkün. Mobilya firmaları da yüzde 100 geri dönüştürülmüş kumaşlar kullanarak bunları tasarımlarına yansıtıyorlar" diyor. Şirketin kullandığı polipropilen ya da polikarbonat hammaddeler yüzde 100 geri dönüşüme uygun ve doğaya zarar vermiyor. 2023 yılında yüzde 100 geri dönüşümlü üretilmiş sandalyelerin piyasaya sürülmesi planlanıyor. Yurtdışından da bu yönde üretim talepleri almaya başladıklarını vurgulayan İşıldar, sürdürülebilir üretime önümüzdeki yıl daha fazla odaklanacaklarını ve bu alanda AR-GE çalışmaları yapacaklarını belirtiyor.

Pandemi ile birlikte değişen trendlerin bazıları kalıcı hale geldi. Bu süreçte minimalizmin hem ev hem de bahçe mobilyalarında belirgin şekilde gösterdiğini söyleyen İşıldar, "Dar alanlar için daha kullanışlı, yer kaplamayan, katlanabilen masalar, sandalyeler, oturma alanları için yapboz parçalara ayrılabilen/birleşebilen koltuklar ve setler de ortama ferahlık katarken aynı zamanda dingin bir görünüm sunması ile tüketicileri cezbetmeye başladı" diyor. Yılın trend renkleri arasında marsala beyaz, koyu gri, siyah, kum gri, zeytin yeşili gibi renklerin yanı sıra Pantone Color Institute tarafından belirlenen 2023'ün rengi Viva Magenta da iç ve dış mekan mobilyalarında da görülecek.

Sponsorluğa devam kararı aldı

Üretim ve tasarım odağında, yenilikçi yaklaşımla markasına değer katmayı hedefleyen Siesta, 2019 yılında TURQUALITY® Marka Destek Programı kapsamına alındı. Fransa, İspanya, Almanya, Belçika, İtalya ve Hollanda başta olmak üzere, Avrupa ve İngiltere'nin birçok bölgesinde de faaliyetlerine devam eden şirket, 2018'den bu yana Avrupa'nın en büyük basketbol ligi olan Euroleague Basketbol'un global resmi sponsorluğunu yapıyor. Dünyaca ünlü otel ve restoranlara ürünlerini ulaştıran Siesta, Avrupa'nın en büyük havalimanı İstanbul Yeni Havalimanı'nda yer alan ürünleriyle de iş birliği gerçekleştirdi.

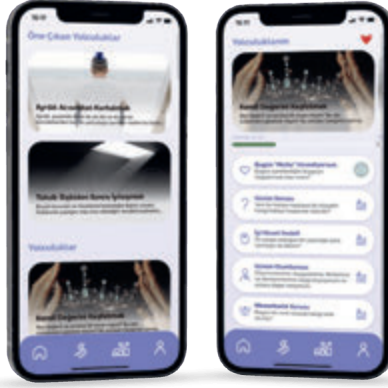
Yurt dışı hedefi için yatırım turuna çıkacak

Bireylerin iyilik halini artırma hedefiyle yola çıkan online mental sağlık platformu Relate App, kısa sürede 30 binin üzerinde kullanıcıya ulaştı. 2023'ün ilk yarısında yatırım turuna çıkacaklarını söyleyen Relate App Kurucu Ortağı Psikolog Dr. Gizem Sürenkök, "Yatırım turuna çıkmamızdaki en önemli nokta yurt dışına açılma hedefimiz. Buradan alacağımız desteğin bu süreci hızlandıracağına inanıyoruz" diyor.

Son yıllarda tüm dünyayı saran sağlıklı yaşam trendinin yönü değişmeye başladı. Ağırıklı fiziksel sağlığın önemi gündemden bugün pandeminin de etkisiyle mental sağlık ön plana çıkmaya başladı. Günümüzde bireyler daha sağlıklı ilişkiler kurup daha mutlu bir yaşam sürmek için mental sağlıklarına odaklansa da çoğu zaman bir yol haritası çizmekte zorlanıyor. Alanında uzman psikologlar ve psikolojik danışmanlar tarafından hazırlanan mental sağlık uygulaması Relate işte bu boşluğu doldurma hedefiyle yola çıkan bir girişim. Psikoloji biliminin yararlanarak sağlıklı bağlar kurmaya yardımcı olan ve iyilik halini artıran bir mental sağlık uygulaması olan Relate, psikolog Dr. Gizem Sürenkök, Deniz Sürenkök ve Durul Ulutan'ın girişimiyle kuruldu. 2019 yılında yakın ilişkiler topluluğunu kurarak iyilik halini artırma ve bu doğrultuda toplumu bilinçlendirme hedefli çalışmalara başladıklarını söyleyen psikolog Dr. Gizem Sürenkök, ancak insanların bu bilimsel bilgiyi hayatlarına uygulama yönünde biraz daha desteğe ihtiyaçları olduğunu fark ediyor. Bu ihtiyaçla birlikte ortaya Relate fikri çıkıyor.

Üç ortak buluyor

Gizem Sürenkök, bu fikri ilk olarak Relate'in kurucu ortaklarından biri olan Deniz Sürenkök'e anlatıyor. Yıllarca kurumsal hayatın içinde var olmuş ve özellikle markalaşma anlamında ciddi bir deneyime sahip biri olan Deniz Sürenkök de bu fikri destekliyor. Uygula-



25 yolculuk var

Psikoloji biliminin ışığında uzmanlar tarafından hazırlanan Relate'de kullanıcıların birçok farklı ilişki problemi üzerinde çalışmasını sağlayan 25 yolculuk bulunuyor. Kullanıcılar her gün konuya dair bir bilgi alıyor, bu bilgiyi hayatlarına uyarlayabilecekleri üç görevi de gün içerisinde tamamlıyor. Yolculukların yanı sıra kullanıcıların hemen iyi hissetmelerini sağlayan bilimsel bazı birçok farklı özellik de barındıran uygulamada kullanıcılar, günlük olarak duygularının detaylı kaydını tutabiliyor ve minnettarlık duygularını geliştirip zihinlerindeki olumsuz sesleri bastırabilecek egzersizler yapabiliyorlar.

lamanın teknik kısımları için ise bir diğer kurucu ortak olan Durul Ulutan ile görüştüğünü söyleyen Gizem Sürenkök, "O da bu fikre çok olumlu yaklaşarak yıllardır sürdürdüğü akademik hayatının yanında uygulamayı inşa etmek için çalışmalara başladı. Üçümüzün birlikteliği, farklı alanlardaki yetkinlik ve deneyimimizi birleştirebildiğimiz güzel bir iş ortaya çıkardı. Her geçen gün projemiz bu kolektif çabanın etkisiyle büyüyüp geliyor" diyor. 2019 yılında hazırlanmaya başlanan uygulama, 2020 yılında TÜBİTAK BIGG desteği alıyor. 2021 yılında canlıya alınan Relate, 2022 yılında ise TÜBİTAK KOBİ AR-GE başlangıç desteği alıyor. Henüz çok yeni bir uygulama olmasına rağmen bu kısa sürede start up için önemli bir rakam olan 30 binin üzerinde kullanıcıyı yakaladı. 2023 yılı içerisinde öncelikli hedeflerden biri de kullanıcıların sadakatini korumak ve potansiyel hedef kitleye kendini anlatarak büyümek. Relate App, freemium modeliyle çalışıyor. Yani kullanıcılar Relate'de bulunan günlük duygu takibi, günlük olumlamalara ve Hemen İyi Hisset özelliğinin bir kısmına ücretsiz şekilde ulaşabiliyor. Premium olmaları halinde ise bütün yolculuklara, Hemen İyi Hisset özelliğine ve diğer günlük yapabilecekleri iyilik hali artırma egzersizlerine sınırsız erişim fırsatı kazanıyorlar.

Yatırım turu için hazırlıklar sürüyor

Bugün üç kurucu ortağıyla birlikte içerik ekibinde sekiz; satış ve pazarlama ekibinde



dört, yazılım ekibinde iki ve tasarım ekibinde iki kişi olmak üzere toplam 16 kişilik bir ekipten oluşan Relate App için girişimcilerin hayalleri Türkiye ile sınırlı değil. Uygulamayı çeşitli dillere çevirme çalışmaları şu anda devam ediyor. İlk amaç, yurt dışına açılarak, mental sağlığı küresel ölçekte ulaşılabilir ve sürdürülebilir kılmak. Türkiye içerisinde ise hem uygulamayı daha fazla insana görünür kılmayı hem de B2B çalışmalarıyla birlikte kurumsal çalışanların iş yerinde ruh sağlığı anlamında bilinçlenme, mental sağlıklarına katkı sağlama ve farkındalık kazanmalarına yardımcı olma hedefi var.

Türkiye’de de özellikle B2B alanında kurumsal çalışanların iş yerindeki ruhsal sağlığına odaklandıklarını söyleyen Gizem Sürenkök, “2023 yılının İK trendlerine baktığımızda da çalışanların ruhsal sağlığının şirketlerin önceliği haline geldiğini görüyoruz. Bu anlamda biz de onlara güvenilir bir destek oluşturmak istiyoruz” diyor. 2023 yılının ilk yarısında

yatırım turuna çıkmayı hedefleyen Relate ekibi, bunun için şu an hazırlık aşaması ve ön görüşme süreçlerinde. Sürenkök, bu yıl içerisinde yatırım turundan istedikleri desteği alarak büyümeye devam edeceklerini söylüyor.

Yurt dışına açılacak

En geç 2023 Mart ayına kadar uygulamanın İngilizce versiyonun canlıya alınacak. Bunun hemen ardından gereken lokalizasyon ve pazarlama süreçlerini de hayata geçirerek yurt dışına açılım için adımlar atılacak. Sürenkök, “Yatırım turuna çıkmamızdaki en önemli nokta da yurt dışına açılma hedefimiz. Buradan alacağımız desteğin bu süreci hızlandıracağına inanıyoruz. 2023 yılının bizim için en önemli gündemi yatırım ve yurt dışına açılmak. Bu yılın başına kadar bütün kullanıcı edinimlerimizi pazarlama bütçesine hiç dokunmadan sürdürdük. Kullanıcılarımızın referanslarıyla organik ve sadık bir kitle edindik. Bunu sürdürebilmek ve büyümek adına yatırım almayı ve mental

sağlığı global ölçekte de ulaşılabilir kılmayı hedefliyoruz” diyor.

Pandeminin ardından fiziksel sağlık kadar mental sağlığın da önemi daha da ön plana çıktı. Son yıllarda mental sağlık alanında birçok mobil uygulama ortaya çıktı. Relate bu noktada rakiplerinden ayrışıyor. “Relate’de bulunan bütün içeriklerimiz uzman psikologlar tarafından detaylı çalışmalar sonucu oluşturuluyor ve her içerik yine ekibimizdeki yetkin isimler tarafından kontrol edilip onaylanıyor” diyor Sürenkök, Relate ile yarattıkları farkın bilimsel bilgiyi, bu işin uzmanları tarafından herkesin anlayabileceği şekilde sunmak ve kişisel hayatta uygulanabilir hale getirmek olarak özetliyor. Girişimci, bunun yanında sosyal medyada da mental sağlık ile ilgili insanları bilinçlendirmek adına doğru bir pozisyonda olduklarını düşünüyor. Çünkü Relate, bilgi kirliliği ve kulaktan dolma inanışların çok olduğu bir alanda bilimselliği baz alarak toplumun bilinçlenmesini ve hem kendisiyle hem de mental sağlık ile ilgili farkındalık geliştirmesini önemsiyor.

İki kız kardeşi buluşturan girişim

Gonca ve Gülşah Gülser kardeşler tarafından kurulan QUIN AI Audience Engine, online perakende iş modellerinde elde edilen online trafik verilerini, anlık olarak geçmiş veriye bakmadan sadece o andaki insan davranışına odaklanıp, kişi özelinde analiz eden, anlık davranışa istinaden doğru zamanda, doğru mesajı vermesini sağlayan gerçek bir AI yapısı. Öyle ki insan davranışını, internet sitesine girdiği anda 70 msn. (göz kırpma anı kadar hızlı) anlamlandırarak insana özgü anlık motivasyonel değişikliklere göre kişiye özel değer önerisi sunabiliyor. Bu da şirketlerin online gelirlerinde ise yüzde 30 oranında artış sağlamasına destek veriyor. Koçtan, Vivense, Under Armour gibi şirketlere hizmet veren Quin, geçen mayıs ayında aldığı 580 bin pound yatırımını ürünü geliştirmek, takım kurmak ve İngiltere pazarına genişlemek için kullanıyor. İnovasyon merkezi Londra'da olan şirket, global ölçekte yenilikçi bir teknoloji şirketi olmayı hedefliyor.

Gülser kardeşler ile kuruluş öykülerinden yapay zeka ile ilgili öngörülerine kadar pek çok şeyi konuştuk.

Şirketinizin kuruluş öyküsünü kısaca anlatır mısınız?

Gonca Gülser: Boğaziçi Üniversitesinde yönetim bilişim sistemleri alanında okudum. Master'ımı da aynı alanda aynı üniversitede tamamladıktan sonra LSE'de organizasyonel araştırma yöntemleri üzerine eğitimimi tamamladım. Özellikle akademi alanındaki eğitim aldığım konuları bugün genç arkadaşlarımı yetiştirmek için kendi okulumda ve diğer üniversitelerde part time eğitmen olarak yaklaşık 13 yıldır çalışıyorum. Büyük veri ile olan akademik ilişkim uzun yıllar kurumsal hayatta Virgin Holidays, Turkcell gibi firmalarda data

Temelleri pandemide Gonca ve Gülşah Gülser kardeşler tarafından atılan QUIN AI Audience Engine, online perakende kişiye özel analiz yapan bir AI yapısı. Bu sayede şirketlerin online gelirlerinde yüzde 30 artış sağlıyor. Geçen yıl 580 bin pound yatırım çeken Quin, global bir teknoloji şirketi olmayı hedefliyor.

"Pandemide kurulduk"

Şirketi 2020 yılında pandemide kurulduklarını belirten Gülşah Gülser, şunları anlatıyor: "Derin öğrenme ile gerçek zamanlı çalışan bir AI ürünü tamamen yazılımı içeride olacak şekilde tamamladık. Bugün Koçtas, Vivense ve Under Armour gibi alanında önde gelen markalarla çalışıyoruz. Yaptığımız işin kurumsal firmalarda yarattığı etkiyi gördükçe büyüme hızımız daha da artıyor. Özellikle insan gücüne ihtiyaç duymadan datanın AI tarafından öğrenilmesi ve anlamlandırılması konusunda hız ve aksiyona dönüşen bir yapıda gelir artışına katkı sağlamayı hedefliyoruz."

scientist olarak çalışmaya devam ettim. Kurumsal hayat hepimizin bildiği gibi çeşitli formlar ve yapıların belli bir stabilizasyonu ve kabullenişlere itiyor. Bu kabullenişleri red edip içimde uzun zamandır girşimcilik heyecanını da barındırıyordum

Gülşah ise Koç Ekonomi Bölümü'nden mezun olduktan sonra Manchester Business School'da MBA'ini tamamladı ve uzun yıllar KPMG'de strateji ve yatırım danışmanlığı verdi. Danışmalıkta veri ve müşteri analitiğinin önemi ve karmaşıklığı üzerinde hep çalıştığı konulardı. Ona ilk Quin'in fikri ile gittiğimizde data yaklaşımındaki fark ve bildiğimiz doğruları farklı yaklaşımla inovatif boyutta ele almasından çok heyecanlandı. Beraberce fikri hayata geçirmek için yola çıktık.

QUIN AI Audience Engine ne iş yapar, biraz açar mısınız?

QUIN AI Audience Engine, e-commerce iş modellerinde elde edilen online trafik verilerini, anlık olarak geçmiş veriye bakmadan sadece o andaki insan davranışına

odaklanıp, ziyaretçi özelinde analiz edilen davranışa istinaden doğru zamanda, doğru mesajı vermesini sağlayan gerçek bir AI yapısı. İnsan davranışını, internet sitesine girdiği anda 70 msn. (göz kırpma anı kadar hızlı) anlamlandırarak insana özgü anlık motivasyonel değişikliklere göre kişiye özel değer önerisi sunabilmekte. Bu değer önerisi ise alışveriş yapma işleminde gerçekten vazgeçen ve aradığı bilgiye ulaşmada zorluk çeken gibi çeşitli davranışlardaki kişi ile değer önerisini gerçek aksiyonlarla buluşturabiliyoruz. Bu yaklaşımın çıktısı olarak şirketlerin online gelirlerinde ise yüzde 30 artış sağlamasına destek veriyoruz.

Yapay zeka ile ilgili öngörüleriniz nedir, sizce bu iş nereye gider?

İntelligence dediğimiz şey çok zor bir kavram aslında. Biyolojik olmayan bir varlığın intelligence olmasını sağlamak muazzam bir tanrısal dürtü. İnsan beyninin çok fazla veriyi aynı anda çok hızlı process etmesi oldukça zor. Dolayısıyla makina öğren-

GONCA VE GÜLŞAH GÜLSER



mesi dediğimiz şey aslında en büyük varlık sebebi çok fazla veriyi çok hızlı process etmesi. Bu kadar basit bir nitelikte yer alıyor.

Peki AI neden var?

Çünkü hızlı. İşin sırrı bu kadar basit. Fakat bu basitliğe ulaşma süreci çok kompleks bir çalışma gerektiriyor. Yazılı veya sözlü basında okuyoruz bazen, yapılan bir araştırmada 'Bilgisayar Monet tablosunu çizdi' diye. Bilgisayar ya da AI teknolojiler 100 tane Monet tablosunu incelediyse 101'inc tabloyu yapay zeka çizmesi çok beklenecek bişey. Ama bu beni Monet yapmaz. Aslında bu kavramlarda yaratıcılık, intelligence demek kimseyi daha farklı ya da akıllı yapmaz. Bir insanda 100 tane Monet tablosu çizecek, inceleyecek fırsatı olsa benzer içerikleri çı-

zebilme imkanı olacak. En önemli konu makinalar üzerinden replikaları konuşmak ve buna anlam yüklemek çok da cesur kelimeleri konuşmayı gerektirmiyor aslında. Bütün hikaye öğrenmeyi hızlandırmak ve dakikalar saniyeler içinde bunu yapabiliyor olmak. Dolayısıyla hepimiz zamanki yerimizde duracağız fakat makinalar, AI'lar bize yardım edecekler. Biz çok parlak görüyoruz bu işi bizden bir sürü ıvır zıvır işleri üzerimizden alacaklar. İnsan için anlamlı olan şey yaratıcılığımızı kullanmamız ve bunun için bize zaman kazandıracaklar.

Yatırım aldınız mı?

Geçen mayısta yatırım turumuzu tamamladık İngiliz yatırım grubu SFC'nin önderliğinde, Almanya'dan NCA, Logo VC

ve StartersHub tura katıldı. Aldığımız 580 bin pound yatırımı ürünü geliştirmek, takım kurmak ve İngiltere pazarına genişlemek için kullanıyoruz.

Hedefleriniz neler?

Ana amacımız global ölçekte No Code AI teknolojisi olmak. Ethical by design kavramlarını benimseyen yenilikçi, herkesin düşünmediği hatta bildikleri doğruların akışını değiştirecek lider ve takip edilen teknoloji firması olarak yola devam etmek istiyoruz. Quin'in inovasyon merkezi Londra'da yer alıyor. Quin'in İngiltere'deki Direktörü Daniel Rawles ile birlikte inovasyonu yaptığımız her işin kalbine koyarak hem Londra pazarında hem de Türkiye pazarında büyümesini sağlıyoruz.

Nakliyat sektöründe dijital dönemi başlattı

Girişimci Kamil Yusupov tarafından kurulan TAŞI24, nakliyeciyile müşteriyi dijital bir platformda buluşturuyor. İstanbul'da hizmete giren uygulama nakliyat sektöründe dijital dönemi başlattı. TAŞI24, farklı büyüklükteki araçlarıyla ev, ofis ve parça eşya taşımacılığında dijital bir dönüşüme imza atarken sunduğu profesyonel hizmetle de sektöre yeni bir soluk getirdi.

Teknolojinin hız kazandığı günümüzde birbirinden ilginç uygulamalar da kullanıcıların beğenisine sunuluyor. Dijital tabanlı uygulamaların bir kısmı kullanıcılara ürün ve hizmet sunarken bir kısmı da sektörlerin müşterileri ile kolayca buluşmalarına fırsatlar sunuyor. Girişimci Kamil Yusupov'un kurduğu TAŞI24, nakliyeciyile müşteriyi dijital bir platformda buluşturuyor. İstanbul'da hizmete giren uygulama, verdiği hizmet nakliyat sektöründe dijital dönemi başlatmış oldu. Farklı büyüklükteki araçlarıyla ev, ofis ve parça eşya taşımacılığında dijital bir dönüşüme imza atan TAŞI24, sunduğu profesyonel hizmetle de sektöre yeni bir soluk getiriyor. TAŞI24 ilk olarak Özbekistan'da faaliyet göstermeye başladı. Halihazırda Taşkent'te 1.500'den fazla aktif taşıyıcısı bulunuyor. Özbekistan'da kazandığı tüm deneyimlerle İstanbul'da da hizmet vermeye başlayan TAŞI24, müşterilerinin nakliyat ihtiyaçlarına hızlı çözümler sunuyor.

TAŞI24'ün kurucusu ve CEO'su Kamil Yusupov, İstanbul'da 500 kg'dan 20 tona kadar farklı kapasitede araçlara sahip olan TAŞI24'ün araç sayısını yıl sonuna kadar 10 bine, ilerleyen dönemde de 100 bine çıkarmayı hedeflediklerini söylüyor.

İstanbul'un ardından Türkiye'nin tüm büyük şehirlerinde hizmete başlamaya ve 100 bin araç ile nakliyat hizmeti sunmaya hazırlandıklarını belirten Kamil Yusupov, yıl sonuna kadar vinç, araç çekici, ekskavatör (kepçe) ve daha fazlasını hizmet kapsamına dahil etmeyi planladıklarını belirtiyor.



Aylık taşıma hedefi 5800

Günümüzde artan akaryakıt fiyatları nedeniyle taşımacılık sektöründe sunulan hizmetlerde ciddi bir fiyat artışı yaşanıyor. Bu durum tüketicileri zorluyor. Ancak Türkiye pazarına sunulan yeni uygulama ile tüketicilere yüzde 10'lar civarında daha uygun fiyatlı hizmetler veriliyor. Taşımanın niteliğine ve götürüleceği yere göre fiyat değişiyor.

TAŞI24'ün anında, güvenilir ve uygun fiyatlı hizmet sunduğunu belirten Yusupov, yıl sonuna kadar ulaşılması hedeflenen aylık ortalama taşıma sayısının da 5 bin 800 adet olduğuna vurguluyor.

Yusupov, "Sunduğumuz hizmet ile sayısız insanın hayatını kolaylaştırıyoruz. Ayrıca TAŞI24 ile Türkiye'de binlerce kişiye istihdam sağlamaktan mutluluk ve gurur duyuyoruz" diye konuşuyor.

Sistemlerinde hizmet veren taşıyıcıların belirlenen kalite standartlarına uygun kişiler arasından seçildiğine dikkat çeken Yusupov, "TAŞI24, müşterinin ister koli ister tek parça ister ev veya ofis taşıma talebi olsun bunların hepsini anında karşılıyor. Destek merkezimizle profesyonel bir hizmet sunuyoruz. Çağrı merkezimiz ise taşınma öncesinde, taşıma sırasında ve taşıma sonrasında kesintisiz bir şekilde destek olmaya devam ediyor" diyor.

Nasıl çalışıyor?

Müşteriler TAŞI24 mobil uygulamasından veya tasi24.com'dan eşyalarının hacmi-

KAMİL YUSUPOV



TAŞI24'ü cazip kılan 5 etken

1 Günümüzde artan akaryakıt fiyatları nedeniyle taşımacılık sektöründe sunulan hizmetlerde ciddi bir fiyat artışı yaşanıyor. TAŞI24, tüketicilere yüzde 10'lar civarında daha uygun fiyatlı hizmet veriyor.

2 Sisteminde hizmet veren taşıyıcılar belirlenen kalite standartlarına uygun kişiler arasından seçiliyor.

3 TAŞI24, müşterinin ister koli ister tek parça ister ev veya ofis taşıma talebi olsun bunların hepsini anında karşılıyor.

4 Destek merkezi ile profesyonel bir hizmet sunuyor.

5 Çağrı merkezi taşıma öncesi, taşıma sırasında ve taşıma sonrasında kesintisiz bir şekilde destek oluyor.

ne göre seçtikleri aracı ister anında isterse belirli bir tarih için çağırabiliyor. Ayrıca sipariş oluşturulduğu andan itibaren tüm süreç canlı olarak takip edilebiliyor. 7 gün 24 saat sunulan nakliyat hizmetinde eşyalar, sigorta ile güvence altına alınabiliyor.

Sistem, kullanıcılarına taşıma sürecinde yeni bir deneyim de sunuyor. TAŞI24'te sipariş sisteme girildikten sonra bölgedeki en yüksek puana sahip en yakın taşıyıcı otomatik olarak siparişe atılıyor.

Kalite standardı

Taşımacılık sektöründe ürünlerin bir yerden bir yere taşınması esnasında ürünlerin kırılması, çizilmesi ya da kaybolması gibi tatsız tüketiciyi üzen, tüketicinin mağdur olmasına neden olan durumlar da gelişebiliyor. TAŞI24, bu tür can sıkıcı olayların yaşanmaması adına ciddi tedbirler alarak tüketiciye güven veriyor. Güvenilirliğini kanıtlamak

100 bin araç hedefliyor

Türkiye pazarına İstanbul ile giriş yapan TAŞI24, şu anda İstanbul'da 500 kg'dan 20 tona kadar farklı kapasitede araçlara sahip. Şirket, araç sayısını yıl sonuna kadar 10 bine, daha sonrasında 100 bine çıkarmayı hedefliyor. Yıl sonuna kadar ulaşılması hedeflenen aylık ortalama taşıma sayısı ise 5 bin 800 adet.

Büyük şehirlerde olacak

İlk olarak Özbekistan'da faaliyet göstermeye başlayan TAŞI24, Türkiye'de İstanbul'da hizmet vermeye başladı. İstanbul'un ardından Türkiye'nin tüm büyük şehirlerinde hizmete başlamak ve 100 bin araç ile nakliyat hizmeti sunmaya hazırlanıyor. Yıl sonuna kadar gerçekleşmesi planlanan hedeflerden diğerleri de vinç, araç çekici, ekskavatör (kepçe) ve daha fazlasını hizmet kapsamına dahil etmek.

ve sunduğu hizmetin kalitesinin hizmet alanların değerlendirmeleriyle anlatılması için de yorumlar platformunu oluşturmuş. Müşteriler, taşıyıcılara yapılan yorumları görebildiği gibi taşıyıcılar da müşterilere yapılan yorumları inceleyebiliyor. Ayrıca taşıyıcılar, belirlenen kalite standartlarına uygun kişiler arasından seçiliyor. TAŞI24, müşterinin ister koli ister tek parça isterse de ev veya ofis taşıma talebini anında karşılıyor.

Taşımacılık hizmeti alan ve mağduriyetler yaşayanların en büyük sorunlarından biri de mağduriyetlerini bildirecek bir muhatap bulunulmaması. TAŞI24, bu duruma da çözüm bulacak uygulamaları devreye almış durumda. Destek merkezi ile profesyonel bir hizmet sunuyor. Çağrı merkezi ise taşıma öncesi, sırası ve sonrasında kesintisiz bir şekilde destek olmaya devam ediyor.

“Yeni nesil mücevher konsepti yarattık”

Ariş Pırlanta'nın dördüncü kuşak temsilcilerinden Melissa Güzelış Boyacı, 2022 yılında kız kardeşiyle birlikte Eko Pırlanta markasını kurdu. Ürünlerinde doğadan çıkarılan pırlantalar yerine doğaya ve çevreye zarar vermeyen yetiştirilmiş pırlantaları kullandıklarını söyleyen Melissa Güzelış Boyacı, özgün perakende mücevher konsepti ile sektöre farklı bir soluk getireceklerini söylüyor.

Mücevher sektörünün önemli markalarından Ariş Pırlanta'nın dördüncü kuşak temsilcisi Melissa Güzelış Boyacı, yeni nesil bir mücevher markası yaratmak için harekete geçti. 2022 yılında kız kardeşiyle birlikte Eko Pırlanta markasını kuran girişimci, geliştirdiği özgün perakende mücevher konsepti ile sektöre farklı bir soluk getirmeyi hedefliyor. Eko Pırlanta, tasarımlarında doğaya daha az zarar vererek sürdürülebilirliğe katkı sağlayan laboratuvar pırlantalarını kullanıyor. “Eko pırlantalar fiziksel, kimyasal ve optik özellikleriyle doğadan çıkarılan pırlanta ile eşdeğerdir. Aralarındaki tek fark; üretildikleri yer ve üretilme süreleridir” diyen Melissa Güzelış Boyacı, laboratuvar pırlanta pazarının hızla büyüdüğünü söylüyor. 2022 yılında laboratuvar pırlantalı mücevher tüketiminin yüzde 63 arttığını söyleyen Melissa Güzelış Boyacı, yeni markasını ve pırlanta pazarındaki yeni trendleri anlattı.

Kendinizden bahsedebilir misiniz?

Mücevher sektöründe öncü olan bir ailenin dördüncü kuşak temsilcisiyim. 2008 yılında Sabancı Üniversitesi Yönetim Bilimleri Fakültesi'nden birincilikle mezun oldum.

Çok küçük yaşlardan beri babamla beraber işe giderek aile şirketimizde görev almaya başladım. Bu sayede pırlanta ve mücevheri daha yakından tanıma fırsatım oldu. Aile şirketi içerisinde farklı departmanlarda görev alarak mücevher üretimi, satış ve pazarlaması hakkında bilgi sahibi oldum. Uluslararası bir laboratuvarın pırlanta derecelendirme eğitimini tamamlayarak Uluslararası Pırlanta Değerlendirme Uzmanı sertifikasını aldım. Üniversiteden mezun olduktan sonra yıllar içinde edindiğim bilgi ve deneyimimi eğitimimle harmanlayarak aile şirketinde yönetici seviyesinde yer almaya başladım.

Aile şirketinizde göreviniz nedir, devam ediyor mu?

Pırlantalı mücevher sektöründe hizmet veren aile şirketimizde 20 yıl boyunca ürün yönetimi, dijital pazarlama ve toptan satış alanlarında görev aldım. Yıllar içinde edindiğim birikim ve deneyimimi değişen dünyaya uyum sağlamak ve mücevher sektörüne yeni bir perspektif getirebilmek adına kullanmaya karar verdim. Bu bağlamda aile şirketindeki görevimden ayrılarak kız

kardeşimle beraber 2022 yılında Eko Pırlanta markasını kurduk.

Eko pırlanta ne demek tam olarak? Eko pırlantanın farkı nedir?

Eko pırlantalar, tüm dünyada laboratuvar pırlantaları ismiyle bilinen yaklaşık 50 senelik bir geçmişe sahip yetiştirilmiş pırlantalar. Pırlanta doğadan çıkarılan karbon atomlarından oluşan değerli bir taştır. Karbon atomları yüksek sıcaklık ve basınç altında milyarlarca yıl içerisinde doğada pırlantaya dönüşmektedir. Ancak artık gelişen teknoloji ile beraber karbon atomları tesislerde doğal pırlantanın oluşum şartları sağlanarak yüksek ısı ve sıcaklık altında aylar içerisinde pırlantaya dönüştürülebilmektedir. Eko pırlantalar fiziksel, kimyasal ve optik özellikleriyle doğadan çıkarılan pırlanta ile eşdeğerdir. Aralarındaki tek fark; üretildikleri yer ve üretilme süreleridir. Yetiştirilmiş pırlantalar uluslararası geçerliliğe sahip pırlanta derecelendirme laboratuvarları tarafından tanınıp doğal pırlanta ile aynı değerlendirme kriterlerine göre sertifikalandırılmaktadır. Bu pırlantalar sahte değil, doğal pırlantaların insan tarafından

“Laboratuvar pırlantalı mücevher tüketimi artıyor”

“Gelişmiş ülkelerde yetiştirilmiş insan yapımı pırlantalara ilgi oldukça hızlı bir şekilde artmakta. Tesislerde üretilmiş bu ekolojik pırlantaların geçmişi 50 sene olmasına rağmen son 10 sene içerisinde bu pazar büyük bir ivme kazandı. Bunun nedeni gelişen teknoloji ile taşların üretimini hızlanabilmesi ve nispeten üretim maliyetlerinin azalarak doğal pırlantaya göre fiyat avantajı sağlayabilecek hale gelmesidir. Pırlanta sektörü 90 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne sahiptir. Araştırmalara göre, 2022 yılında laboratuvar pırlantalı mücevher tüketiminde bir önceki yıla göre yüzde 63 oranında bir artış meydana gelmiştir. 2030 yılında laboratuvar pırlantalı mücevherlerin pazarın yüzde 15'ine sahip olması beklenmektedir.”

MELİSSA GÜZELİŞ BOYACI



tesislerde yetiştirilmiş halleridir. Aynı zamanda eko pırlantalar, doğaya daha az zarar vererek sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadırlar.

Bu işe girmeye nasıl karar verdiniz? Markanızdan bahsedebilir misiniz?

Gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir dünya bırakabilmek adına tüm dünyada şu an sürdürülebilirlik çok gündemde. Ben de çocuklarıma daha güzel bir dünya bırakabilmek için sürdürülebilirlik konusunu nasıl mücevhere taşıyabilirim diye

uzun bir süre araştırma yaptım. İşim gereği dünyadaki mücevher fuarlarına katılarak değişen trendleri takip etme fırsatı yakaladım ve yetiştirilmiş pırlantalarla tanıştım. Bunun yanı sıra, değişen dünya ile beraber gelecek kuşakların mücevher tüketimindeki beklentilerinin ve para harcama şekillerinin de dönüştüğünü göz önünde bulundurarak yeni bir anlayış benimseyen Eko Pırlanta markasını yaratmaya karar verdim. Ürünlerimizde doğadan çıkarılan pırlantalar yerine doğaya ve çevreye zarar vermeyen yetiştirilmiş pırlantaları kullanıyoruz. Klasik

mücevher tasarımlarını, eko pırlantalar ve yenilenebilir altın ile birleştirerek mücevher sektörüne yeni bir bakış açısı getirmeyi hedefledik. Aynı zamanda sürdürülebilirliği desteklemek adına ürünlerimizin paketlemesinde de ekolojik materyallerden yararlandık.

Bu markayla 2023 büyüme hedefiniz nedir? Nasıl bir büyüme stratejisi izleyeceksiniz?

2023 yılı içerisinde marka yapılaşma sürecimizi tamamlayıp eko pırlantalarımızı tüketiciye tanıtmayı ve sevdirmeyi hedefliyoruz. Eko pırlantalar, global alanda tanınmasına rağmen henüz Türkiye piyasasında bilinirliği olmaması nedeniyle öncelikli amacımız bu taşların tüketici nezdinde kabul ve talep görmesini sağlamaktır. Yetiştirilmiş pırlantaların doğal pırlantalardan üretildikleri alan ve zaman dışında bir farkının olmadığını tüketicilere anlatmayı amaçlıyoruz. Yeni nesil mücevher anlayışını pazarlama ve satış stratejilerimize de taşıyarak geliştirdiğimiz özgün perakende mücevher konsepti ile sektöre farklı bir soluk getirmeyi düşünüyoruz. Online satış ve pazarlama kanallarını kullanarak markamızı ve Türkiye'deki bu yeni pazarı büyütme planlıyoruz.

Eko pırlantayla pazara nasıl bir farklılık getirmeyi planlıyorsunuz?

Eko Pırlanta olarak geleneksel bir sektör olan mücevher sektöründe yenilikçi ve güncel bakış açımızla yer alarak sektörü farklılaştırmayı hedefliyoruz. Yaşanan pandemi süreci sonrasında insanların hayata bakış açısı, para harcama şekilleri ve hayattan beklentilerinde çok büyük farklılaşmalar meydana geldi. Türkiye mücevher sektöründe ilk olarak benimsenen ekolojik ve sürdürülebilirlik temalarını ürünlerimizde işleyerek insanların mücevherleri doğaya ve insana zarar vermeden kullanmalarını istiyoruz. Mücevherin klasikleşmiş modellerini güncel tasarımlarımızla birleştirerek aslında bir lüks tüketim olarak algılanan mücevheri ulaşılabilir hale getirip tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermeyi ve gündelik hayatın değişmez bir parçası haline getirmeyi istiyoruz. Eko pırlantaların tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir noktaya gelmesini ve tüm sektörün ve tüketicilerin bundan faydalanmasını arzuluyoruz.

“Mobil uygulamamız birkaç ay içinde geliyor”

Yaklaşık 415 bin oyuncuya hizmet veren Gamer Arena kısa bir süre sonra mobil uygulamayı da hayata geçirecek. Oyunculara 30 farklı popüler oyunda istedikleri yerde ve zamanda mücadele etme ve kendilerini kanıtlama imkanı tanıdıklarını aktaran Gamer Arena Kurucu Ortağı ve CEO’su Kerim Yılmaz, mobil uygulamayı birkaç ay içinde oyunseverlerle buluşturacaklarını anlatıyor.

Bundan iki yıl önce kurulan oyun platformu Gamer Arena, 415 bin oyuncuya hizmet veriyor. Oyunculara 30 farklı popüler oyunda istedikleri yerde ve zamanda mücadele etme ve kendilerini kanıtlama imkanı tanıdıklarını aktaran Gamer Arena Kurucu Ortağı ve CEO’su Kerim Yılmaz, mücadelelerin sonucunda kripto paraları GAU Token’i kazanabilecekleri bir rekabetçi oyun platformu sunduklarını iletiyor. GAU Token’i kısa bir süre önce küresel kripto para borsalarında işleme açtıkları ve böylece globale açıldıklarını söyleyen belirten Yılmaz, bu yılın ilk çeyreğinde mobil uygulamayı da oyun severlerle buluşturacaklarını kaydediyor. 2023 yılında bir dizi yeniliğe hazırladıklarını belirten Kerim Yılmaz sorularımıza yanıtladı:

Gamer Arena’yı biraz anlatabilir misiniz? Girişimin kuruluş hikayesini biraz sizden dinleyelim?

Gamer Arena 2019 yılının ikinci yarısından, dünyadaki en büyük oyun platformlarından biri olma vizyonuyla birlikte kuruldu. Platformumuzu 1 Şubat 2020’de devreye girdi. Bugün platformumuzun üçüncü versiyonuyla birlikte 415 bin oyuncuya hizmet ediyoruz. Oyunculara 30 farklı popüler oyunda istedikleri yerde ve zamanda mücadele etme ve kendilerini kanıtlama imkanı tanırken, mücadelelerin sonucunda kripto paramız GAU Token’i kazanabilecekleri bir rekabetçi oyun platformu sunuyoruz. GAU Token’i da 2022’in son aylarında küresel kripto para borsalarında işleme aç-

“Eğlenirken para da kazanıyorlar”

“Oyun dünyasında rekabet ve paylaşım duyguları çok önemli iki olgu. Oyunların online bağlantılarının olmadığı dönemlerde oyunseverler bir odaya toplanıp konsol başında rekabet ederek paylaşımında bulunuyorlardı. Zamanla oyunların online imkanlarının gelişmesiyle birlikte insanlar diledikleri yerde ve zamanda oyun oynama ve rekabet edip paylaşımında bulunma keyfini tatmaya başladılar. Bizim gibi oyun platformları da düzenledikleri ücretli ve ücretsiz turnuva ve düellolarla bunu bir nokta üste taşıyor. Oyunseverler rekabeti ve paylaşımı platformlarda daha yoğun yaşıyor ve sevindikleri oyunları oynarken eğlenmenin yanında para da kazanabiliyorlar.

rak globale açıldık. 2023’ün ilk çeyreğinde ise mobil uygulamamızı oyun severler ile buluşturacağız. Bu mobil uygulamada da kendi geliştirdiğimiz oyunları oyunseverlerin beğenisine sunup platformumuza yeni bir boyut daha kazandırarak küreselleşme hikayemizde önemli bir eşiği daha aşmış olacağız.

Gamer Arena’nın kurucu ortakları arasında Türkiye pazarında girişimcilik ve oyun sektöründeki Dorukhan Acar, Hakan Baş, Bora Koçyığıt ve Orkun Işıttmak gibi birçok

önemli isim bulunuyor. Hem benim ve eski ortağımın bir önceki girişimimiz eBrawler’dan gelen tecrübemiz hem de ortaklarımızın uzun yıllardır elde ettiği girişim ve oyun sektörü tecrübeleri Gamer Arena’nın hızlı şekilde büyümesinde ve sürdürülebilir bir iş modeli ortaya çıkarmamızda çok etkili oldu.

Türkiye’nin oyun geliştiriciler kadar oyun platformları için de bir başarı hikayesi var mı? Gamer Arena burada kendini nasıl konumluyor?

Gamer Arena olarak samimiyetle söylemek gerekirse gerek yaptığımız ve yapmak istediklerimizle Türkiye oyun ekosistemi içerisinde ayrı bir konumda olduğumuza inanıyoruz buna ek olarak sahip olduğumuz oyunculara sunduğumuz rekabet imkanlarıyla ve kullanıcı sayımızla birlikte Türkiye’deki en büyük oyun platformu olduğumuzu söyleyebiliriz. Global pazara baktığımızda rakibimiz olan oyun platformları tabii ki var ama bu platformların çoğu turnuva modeliyle ilerliyor. Oyunculara sunduğumuz düellolarla birlikte oyunculara is-



tedikleri zaman istedikleri yerden mücadele etme imkanı tanıyor olmamız ve blok zincir teknolojisini platformumuza entegre etmiş olmamız bizi rakiplerimizden ayırtıran en temel özelliklerimiz diyebiliriz. Kendi oyunlarımızı geliştiriyor olmamız ve bu oyunlarda kullanıcılara çok daha eğlenceli ve kolay bir kullanıcı deneyimi sağlayacak olmamızın da bizi global pazarda güçlü bir platform konumuna getireceğine inanıyoruz.

Gamer Arena'nın büyüme hedefleri nelerdir? Yakın dönemde platformu nasıl geliştirmeyi planlıyorsunuz?

2022'nin son aylarından bu yana oldukça heyecanlıyız çünkü birkaç aydır hazırladığımız geliştirmelerin bir bölümünü hayata geçirdik ve yenilerini de adım adım gerçekleştirmeye başladık. Kasım ayında GAU Token'ın global borsalarda listelenmesiyle birlikte kripto paramız bütün dünyadan erişime açtık. GAU Token'ın önemli küresel kripto para borsalarından AscendEX'te listelenmesiyle birlikte platformumuzda blok zincir entegrasyonlarını da tamamlayıp bütün dünyadan erişilebilir konuma getirdik. AscendEX gibi üst sıralardaki farklı kripto para borsalarıyla bu ağı genişletmeye hazırlanıyoruz. Çok heyecanlı olduğumuz bir diğer haber ise Şubat ayı içerisinde yeni ürünümüz olan mobil uygulamamızı piyasaya çıkartacağız. Detayları yakında açıklanacak ama kısaca bahsetmek gerekirse, Gamer Arena'nın kendi geliştirdiği 8'den fazla mobil oyunun tek bir mobil uygulama içerisinde entegre şekilde oynatabileceği, bu oyunlarda kullanıcıların hem mücadele edip hem de oynayarak görevler tamamlayıp token kazanabileceği bir web3 ürünü olacak.

GAU Token isimli kendi kripto paranızı yurtdışında işleme açacağınızı duyurdunuz? GAU Token nedir? Nasıl kullanılıyor?

Gamer Arena olarak biz oyun oynayan herkese hitap ederek her seviyeden oyuncunun kendi içerisinde rekabet edebileceği, turnuvalara katılabileceği ve ödüller kazanabileceği bir sistem sunuyoruz. Bu ödül sisteminin de temel yapıtaşını kendi kripto para biririmiz GAU Token oluşturuyor. GAU Token'ı 2021 yılının Kasım ayının sonunda Icrypex borsasında listeleterek hayata ge-

KERİM YILMAZ



çirdik. GAU Token ile birlikte aslında son derece yakınlık içerisinde olan oyun ve kripto dünyasını Gamer Arena çatısı altında birleştirmiş olduk. Platformun yaşayan bir konumda olmasının yanı sıra doğal olarak token'ın borsa da işlem görebiliyor olması da eklenince aslında son derece birbirine uyumlu iki parça birleşmiş oldu.

Yaklaşık bir yıldır yurtdışında işlem gören GAU Token'ı global piyasalara açılarak ne hedefliyorsunuz? Gamer Arena'nın büyüme stratejisinde nasıl bir paya sahip olacak?

Gamer Arena, platformda yer alan yerli geliştiricilerin oyunlarının yanı sıra birçok popüler ve küresel oyunun rekabetçi bir or-

tamda oynandığı Türkiye'nin en büyük oyun platformu niteliğini eline sahip. GAU Token da Türkiye içindeki bu başarımızı yurtdışına da taşıyarak platformumuzu daha da büyüme hedefimizin çok önemli bir parçası hatta ilk somut adımı. Kripto para birimimizi 9 Kasım'da AscendEX borsasında listeleterek aslında Gamer Arena'yı da küresel oyun piyasasına ihraç ediyoruz. Bu sayede küresel oyunculara da platformumuzu açarak oyuncu popülasyonunu ve rekabeti artırıyor oyunculara daha keyifli ve kazançlı bir ortam oluşturuyoruz. Yine aynı ölçekteki büyük küresel kripto para piyasalarında GAU Token'ı listeleterek küreselleşme vizyonumuzu da genişletiyoruz.

“40 girişimci kadının yoluna ışık tutacağız”

PROFAM tarafından yönetilen ANKAmall AVM'nin girişimci ruhu taşıyan ancak ilk adımı atmakta zorlanan kadınları desteklemek amacıyla düzenlediği Değer Katan Girişimci Kadınlar Programı başladı. Gelen başvurulardan jüri değerlendirmesiyle seçilen 40 girişimci kadına altı hafta süreyle kapsamlı bir eğitim verilecek. ANKAmall AVM Müdürü Selin Anıl Oktay, “Bu programla 40 girişimci kadının yoluna ışık tutacağız. Kadın ne kadar etkin ve üretkense toplum o kadar gelişir” diyor.

PROFAM tarafından yönetilen ANKAmall AVM, fikir (başlangıç) aşamasında bulunan girişimci kadınların girişim yolculuğunda etkin roller üstlenmek üzere mentorluk ve eğitim içerikli Değer Katan Girişimci Kadınlar Programı'nı oluşturdu. Girişim fikri olan kadınların katılımına açık gerçekleşen Değer Katan Girişimci Kadınlar Programı'na gıda, spor, teknoloji, sağlık, tarım, geleneksel el sanatları ve üretim gibi çok farklı alanlarda başvurular oldu. Programa gelen başvurulardan jüri değerlendirmesiyle seçilen 40 girişimci kadına verilecek eğitimler ise 28 Ocak'ta ANKAmall AVM Eğitim Alanı'nda başladı.

Çok yönlü bir eğitimden geçecekler

Birbirinden farklı 100'ün üzerindeki girişim fikrini değerlendiren jüri üyelerinin seçtiği 40 kadın girişimci aday; altı hafta süreyle çok yönlü bir eğitimden geçecekler. Eğitim kapsamında; markalaşma, ticarileşme, pazarlama, müşteri ilişkileri, satış, motivasyon, web sitesi, şirket kurulumu ve yönetimi gibi başlıklarda deneyim ve bilgiler girişimi kadınlarla paylaşılacak.

Ayrıca eğitimlere ek olarak; girişiminde başarılı olmuş sürpriz konuklar da kendi yolculuklarında karşılaştıkları zorlukları ve bu zorlukları nasıl aştıklarını anlatarak, girişimci adaylarına ilham olacaklar. Eğitimler 5 Mart'ta sona erecek. Girişimci adaylarına katılım sertifikaları, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü öncesinde ANKAmall AVM'de gerçekleştirilecek özel bir törenle takdim edilecek.

“Kalkınmanın aktörleri, girişimci kadınlar”

Bu projeye girişimci ruhu taşıyan ve bu konuda harekete geçmek isteyen ancak ilk adımı atmakta zorlanan kadınları desteklemeyi amaçladıklarını belirten ANKAmall AVM Müdürü Selin Anıl Oktay; toplam 60 saat sürecek olan programın bitiminde 40 girişimci kadının girişim yolculuklarına güçlü bir şekilde başlayarak ilerleyeceklerini

söylüyor. “Bir toplumda kadın ne kadar etkin ve üretkense toplum o kadar gelişmiştir. Kadınların, hayatlarını oluşturan tüm unsurları kontrol altına alıp ustalıkla yönetmeyi bilmeleri gerekiyor” diyen Anıl Oktay; Türkiye’de girişimci kadınların, ortaya çıkaracakları yeni ekonomik değerler ve fırsatlarla, büyümenin ve kalkınmanın önemli aktörleri konumunda yer aldığının altını çiziyor.

Seçilen kadın girişimciler neleri hedefliyor?

- Eryaman Öncü Kadınlar Kooperatifi'ndeki kadınların yetkinliklerinin artması amacıyla yeni projeler hayata geçirmek.
- Sanat ve keçeyi birleştirerek, keçenin daha fazla üründe kullanılmasını sağlamak.
- Çini ve 3D yazıcıdan figür, obje vb. basımı üzerine çalışmak.
- Makrome ve takı tasarımlarını doğal taşlarla çalışarak geliştirmek.
- Sürdürülebilir diyet danışmanlığı yapmak ve destekleyen ürünleri fason olarak ürettirip bu alanda ilerlemek.
- Soya ile başladığı mum yapımı fikrini; refil mum ve hindistan cevizini de dahil ederek geliştirmek.
- Blockchain üzerine iklim eylemi özelinde daha amaçlı ilerlemek ve ağaçlandırmayı artırmak.
- Tasarım tescili alınan ‘Kundağa Dönüşebilen Tulum’u büyük çaplı tanıtmak.
- Şans cücesi dikiminde kullandığı kalıplarını lisanslayarak sezonsal bir iş kurmak ve globale açılmak.
- Selülit kremi ve kişiye özel spor giysileri yaparak hizmet bazlı çalışmadan ürün bazlı çalışmaya geçmek.
- Sağlık sektörünün “Trivago’sunu kurmak.
- Bütünsel yaklaşımlı ve kişiye özelleştirilmiş bir güzellik merkezi kurmak.
- Organik kumaştan yaptığı oyuncak tasarımlarını markalaştırarak yurtdışına açılmak.
- Gıda atıklarından yaptığı sirke, antiseptik ve reçelleri daha çok kişiye ulaştırmak.
- Kalıp temini sağlayıp polyester üretmek.
- Kitap çantası, ajanda, kahve fincanı vb. tasarımlarını ilerletmek.
- Cam boncuk atölyesini yanında sanat kafesi açmak.



Sosyal fayda odaklı girişimler

Bugün kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için, yeni iş modellerine ve sosyal faydaya odaklanan girişimlere ihtiyaç duyuluyor. ANKAmall AVM olarak sektördeki yeniliklerin birçoğuna öncülük ettiklerinin altını çizen Selin Anil Oktay; "Diğer yandan da insana ve çevreye saygılı, topluma sürdürülebilir değer katma vizyonumuzla halkımıza, bölgemize, kentimize yarar sağlayacak, sosyal etki yaratacak çalışmalar da yürütüyoruz" diye konuşuyor.

Kadınların güçlü faydalar sağlamak üzere planladıkları 'Değer Katan Girişimci Kadınlar Programı'nın da bu alandaki en önem verdikleri projelerden biri olduğuna işaret eden Selin Anil Oktay; Ankaralı girişimci adaylarının programa ilgisinin çok yüksek olduğunu da değiniyor. Bu defaki programa dahil olamayan adayların da kendileriyle iletişimde olmayı sürdürmelerini isteyen Anil Oktay, "Girişimci ruhu taşıyan tüm kadınlara desteğimiz, her zaman sürecek. Çünkü dünya daha iyi bir yer olacaksa bu, kadınların etkili katılımları ve çabalarıyla olacak" diyor.



Çok yönlü bir jüri kadrosu

Değer Katan Girişimci Kadınlar Programı kapsamında başvuruları değerlendiren jüri üyeleri arasında Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Gilman Senem Gençtürk Hızal, TED Üniversitesi Araştırma, Teknoloji ve İnovasyon Birimi Direktörü Dr. Sanem Yalçıntaş, Viveka Girişimcilik ve Kuluçka Merkezi Kurucu Ortağı Mehmet Emin Okutan yer alıyor. Ayrıca Milyon Kadına Mentor Program Lideri Sibel Soyak Eşder, Kurumsal sosyal sorumluluk danışmanı ve Posta Gazetesi Köşe Yazarı Arzu Çekirge Paksoy ve ANKAmall AVM Genel Müdürü Selin Oktay da diğer jüri üyeleri olarak sıralanıyor.

Pandemide alerji oldu OTC markası yarattı

Profesyonel hayattan girişimcilğe geçiş yapan bir çok isim var iş dünyasında. Çağatay Çelik de onlardan biri. ODTÜ Biyoloji Bölümü'nde bitiren Çelik, okul bittikten sonra farklı bir iş seçiyor kendisine...Altı yıl kadar Bodrum'da dalış merkezinde çalışıyor. Bu iş sayesinde farklı insanlarla ve kültürlerle tanışma fırsatı oluyor. Askerlik döneminden sonra ise tıbbi tanıtım temsilci olarak GSK' da işe giriyor. Bu sayede ilaç sektörüne de adım atmış oluyor. Bir yıl gibi kısa bir sürede ürün müdürü yardımcısı pozisyonuna yükseliyor. Böylelikle pazarlama ve İstanbul hikayesi de başlamış oluyor. 2006 yılına gelindiğinde Roche'da satış müdürü olarak çalışmaya başlayan Çelik, ardından Gilead ve Sandoz'da iş birimi direktörü olarak görev alıyor. Sandoz'da son iki yılda ticari operasyonlardan sorumlu grup direktörü oluyor. 2020 yılının başında ise Sandoz'dan ayrılıp kendi işini kurmaya karar veriyor. "Artık hem uzun yıllar edindiğim tecrübelerimi farklı insanlara aktarmak hem de istihdam yaratmak istiyordum. Gölgede durursam gölge olamazdım" diyen Çelik önce medikal estetik sektöründe faaliyet gösteren Livepharma'ya ortak oluyor ardından da gıda takviyesi (OTC) markası Vitafenix'i kuruyor.

300'den fazla klinikte

Girişim yolculuğuna gelince...Öncelikle hangi alanda kendi işini kurması gerektiği konusunda derinlemesine araştırmalar yapıyor. İlaç sektöründen arkadaşı olan Murat Aksan'ın kurduğu Livepharma'ya ortak olduğunu duyuyor. Medikal estetik sektöründe hizmet veren şirkette arkadaşıyla ortak oluyor. Bugün güzellik sektöründe çok popüler olan uygulamaları Türkiye'ye getirdiklerini söyleyen Çelik, "Ekibimizi kısa zamanda 2 kişiden 12 kişiye çıkardık. Kurucu ortağı

Uzun yıllar ilaç sektöründe tecrübe kazandıktan sonra kendi şirketini kurmaya karar veren Çağatay Çelik, önce bir medikal estetik şirketine ortak oldu. Pandemi döneminde alerji olması ise gıda takviyesi (OTC) markası Vitafenix'i ortaya çıkarmasında etkili oldu.

"İhracata başlayacağız"

"Vitafenix'in şu an 5 ürünü var. Bu ürün gamını yılın ilk çeyreği genişleterek 4 ürün daha ekleyeceğiz. Bu ürünler de mevcut markalarımız gibi hedefe yönelik farklı kombinasyonlar olacak. 1 kapsülünde en az 3 ürün olacak. 2023 yılında daha çok insana ulaşmayı planlıyoruz. Büyüme planlarımız ve hedeflerimizi ona göre yaptık. Instagram üstünden eğitimlerimize devam edeceğiz. İnternet sayfamızı daha güçlendirerek eğitici bilgiyi direkt tüketicimize ulaştıracamız. Bunlara ek olarak ürünlerimizle yurtdışı pazarlara girmeyi planlıyoruz. Onun için hazırlıklarımıza başladık. Yılın ikinci yarısında ihracatımız başlayacak."

ÇAĞATAY ÇELİK



olduğum Livepharma ürünleri şu an Türkiye'de 300'den fazla klinikte kullanılıyor. Ürün gamımızı da her geçen gün artırıyoruz. Ürün portföyümüze şu an dolgu ürünleri ve medikal estetik cihazlar da katıldı. Güzellik

sektöründe teknolojileri ve yenilikleri takip ederek bu ürünleri Türkiye'ye getirmek, doktorlar ve hastalarla buluşturmak birinci önceliğimiz" diye anlatıyor.

Beş ürün piyasaya çıktı

Livepharma'da çalışmalar sürerken Covid dönemi başlıyor. Bu uzun dönem herkes gibi evde oturma süreci yaşayan Çelik, bazı iş planlarını ertelemek zorunda kalıyor. Bu süreçte çok ciddi bir alerji problemi de yaşamaya başlıyor. Daha önceden tanıdığı arkadaşı Dr. Deniz Şimşek'ten yardım isteyen Çelik, sonraki gelişmeleri şöyle anlatıyor: "Bana tamamen gıda takviyelerinden oluşan bir tedavi protokolü hazırladı ve bu tedavinin yararını çok gördüm. Ancak gün içerisinde farklı zamanlarda çok fazla takviye almaya başladım. Çünkü hepsinin tek bir içeriği vardı ve o yüzden ayrı ayrı birçok ürün kullanmam gerekiyordu. O zaman bende bu içerikleri bir araya getiren ürünler geliştirme fikri doğdu."

E-ticaret 10 yılda 50 kat büyüdü

Türkiye’de alışveriş alışkanlıklarının değişmesiyle her yıl kendini geliştiren e-ticaret sektörü, 2023 yılında da tarihi rekorlar hedefliyor. Türkiye’de e-ticaret pazar büyüklüğüne ilişkin raporlar ilk kez 2013 yılında Bilişim Sanayicileri Derneği’nce (TÜBİSAD) yayınlandı. TÜBİSAD’ın 2013 yılı raporunda Türkiye’nin e-ticaret pazar büyüklüğü 14 milyar TL olarak açıklanmıştı. 2022 yılı rakamları henüz resmi olarak açıklanmasa da e-ticaret pazarının 700 milyar TL’ye ulaşması bekleniyor. Bu durumda 10 yıllık süreçte e-ticaretteki artış 50 kat olarak gerçekleşmiş olacak.

Trilyonlu rakamlar görülecek

2023 yılında da yüzde 50-60 aralığında büyüme hedefleyen sektörde ilk kez trilyon rakamları telaffuz edilmeye başlanacak. Dijital mağazaların 2023 yılı pazar büyüklüğü hedefi 1,1 trilyon TL olacak. Türkiye’nin ilk para iadeli alışveriş sitesi Avantajix.com’un kurucu ortağı Güçlü Kayral, 2023 yılında günlük e-ticaret satışlarının 3 milyar TL olacağını altını çizerek, şu bilgileri verdi: “Bunun anlamı 2013’teki yıllık e-ticaret rakamlarını 2023’te sadece 5 günde gerçekleştireceğiz. 2023’te 18-70 yaş aralığındaki nüfusa oranlandığında kişi başına düşen yıllık e-ticaret harcaması 16 bin TL olacak. 2022’de sektörel bazda oransal olarak büyük değişim havayollarında oldu. Pandemi dolayısıyla oldukça gerileyen sektör bu yıl yüzde 400 artışla hızla eski gücüne yaklaşılmaya başladı. 2023’te de sırasıyla en fazla oransal büyüme havayolları, konaklama, seyahat-taşımacılık, elektronik, giyim-ayak-

Dijital mağazalar 2013 yılında bir yılda yaptıkları toplam satışı, 10 yıl sonra 2023’te sadece 5 günde gerçekleştirecek. Avantajix.com Kurucu Ortağı Güçlü Kayral, 2023 yılında günlük e-ticaret satışlarının 3 milyar TL olacağını altını çizerek, “2023’te 18-70 yaş aralığındaki nüfusa oranlandığında kişi başına düşen yıllık e-ticaret harcaması 16 bin TL olacak” diyor.



GÜÇLÜ KAYRAL



kabı-aksesuar, gıda-süpermarket, yemek ve beyaz eşya sektörlerinde yaşanacak.”

Dijital mağaza sayısı 700 bin

Güçlü Kayral, kişilerin alışveriş alışkanlıklarındaki değişimin, dijital mağazalara olan ilginin, e-ticaret sektörüne faaliyet gösteren işletme sayısına da yansıdığını ifade ederek, “10 yıl önce 2013 yılında e-ticaret pazarında faaliyet gösteren işletme sayısı sadece 1,263’tü. Bu rakam 2022 yılında 500 binlere yükseldi. 2023’te ise en az 700 bin işletmenin sektörde faaliyet göstermesini bekliyoruz” dedi.

Online alışverişin avantajı

Dijital alışverişin büyümesinde, özellikle çalışan kadınların ve 50 yaş üzerindeki insanların alışveriş alışkanlıklarındaki değişimin rolü olduğuna dikkati çeken Kayral, “Online alışverişin birçok avantajı var. Günün 24 saati, dünyanın her yerinden alışveriş yapıyor. Saatlerce çarşı, pazar gezmek yerine aranan ürünün en uygun fiyatlısı birkaç saniye içinde karşılaştırma sitelerinde bulunuyor. Tatiller, yemekler, etkinlikler, fırsat siteleri kullanılarak çok ucuza getiriliyor. Ayrıca tüm alışverişlerini Avantajix.com gibi alışveriş yaptıkça para veren siteler üzerinden yapanlar ekstra kazanç sağlıyorlar” diye konuştu.

“2025 sonunda 50 milyon kullanıcı hedefliyoruz”

İş arayanların başvurularına 24 saatte cevap almalarını garanti eden bir mobil uygulama olan 24 Saatte İş, Meksika pazarındaki deneyimini diğer Latin Amerika ülkelerine taşımaya hazırlanıyor. 24 Saatte İş Kurucu Ortak Mert Yıldız, “2025 sonunda toplamda 50 milyon kullanıcısı olan, 1,5 milyon şirketle çalışan, 15 ülkede aktif ve milyonlarca insana iş bulmuş bir platform olmak en büyük hedefimiz” diyor.

İş arayanların başvurularına 24 saatte cevap almalarını garanti eden bir mobil uygulama olan 24 Saatte İş, kısa sürede 4 milyon çalışan adayı ile 160 bin şirkete ulaştı. Şirket, iş arama sürecini adaylar için pratik ve keyifli hale getirme ve belirsiz süreçleri ortadan kaldırma hedefiyle yola çıktı. Adaylar, CV oluşturmadan bir dakikada doldurabilecekleri profille en yakın ve en uygun işlere başvurabilirken işverenler ise çalışan adaylarının başvurularını hemen değerlendirip görüşmelere başlayabiliyor. Çeşitli melek yatırımcılardan destek alan 24 Saatte İş'e yapılan yatırım miktarı toplamda 1,5 milyon Euro'ya ulaştı. Yakında yeni yatırım turunu sonuçlandırmaya hazırlanan şirket, yurt dışı atılımını hızlandıracak. 2022 yılında yeni markası Bonded çatısı altında Meksika pazarına yapan şirket, Bonded Busco Chamber ile altı ay içinde Meksika'da 4 binden fazla kişinin istihdamına aracılık etti. Şirketin hedefi farklı Latin Amerika ülkelerine girmek. 24 Saatte İş Kurucu Ortağı Mert Yıldız, “Aynı zamanda Türk girişimcilerin dikkatini pazar potansiyeli son derece yüksek olan bu bölgelere çekerek, yeni atılımları teşvik etmek ve Türkiye ile Latin Amerika arasında bir köprü kurmak istiyoruz. Kurumsal yapımızı

hızlı bir şekilde yeni coğrafyalara açılmaya hazır. Her türlü süreç de şirket içinde oturmuş durumda. Yeni bir ülkeye açıldığımızda ne yapmamız gerektiğinin reçetesi çok net. İlk ülke hiç kolay değildi fakat bu deneyimi kazandıktan sonra diğer ülkelere açılmak ve ölçeklenmek çok kolaylaştı bizim için” diyor. 2023 sonu itibarıyla Latin Amerika'da dört ülkeye daha açılarak Türkiye'de 5 milyon, Latin Amerika'da 3 milyon adaya ulaşmayı hedefleyen 24 Saatte İş, şirket tarafında ise Türkiye'de 350 bin ve Latin Amerika'da 250 bin şirkete ulaşmayı planlıyor. “2025 sonunda toplamda 50 milyon kullanıcısı olan, 1,5

milyon şirketle çalışan, 15 ülkede aktif ve milyonlarca insana iş bulmuş bir platform olmak en büyük hedefimiz” diyen Yıldız, yeni dönem hedeflerini anlattı.

24 Saatte İş'in kuruluş hikayesinden bahsedebilir misiniz?

Ben ekonomist olarak pek çok konuşmamda, devletin üst düzeyi, bakanlar ve iş adamları ile yaptığımız toplantılarda Türkiye'nin kalkınmasının önündeki en önemli sorunlardan birinin istihdam piyasasındaki verimsizlik olduğunu belirtmiştim. Büyük şirketlerle konuştuğumuzda hep çalışan bulmakta zorlandıklarını dile getirirler. Diğer yandan ülkemizde 3.5 milyonun üzerinde işsiz insan var. Bu durum işveren ve adayların birbirini bulamadığını gösteriyor. Gelişmiş ülkelerde bu sorunun nasıl çözüldüğüne baktığımızda teknolojinin önemli bir etken olduğunu gördük. Bu sıralarda eski dostum Gizem, Avrupa'da bu konuda yeni girişimler olduğunu söyledi. Araştırdık ve bu tür bir modelin Türkiye'de yerleştirilirse başarılı olacağına karar verdik. Kolları sıvadık ve bu işe giriştik. Nitekim öyle de oldu.

Yatırım aldınız mı, yeni yatırım için görüşmeleriniz var mı?

Çeşitli melek yatırımcılardan destek aldık. 24 Saatte İş'e yapılan yatırım miktarı toplamda 1,5 milyon Euro. İçeride 13 melek yatırımcı var. Evet, yakında yeni yatırım turumuzu sonuçlandırıyor olacağız.

2022 nasıl bir yıl oldu sizin için? 2023 büyüme hedefiniz nedir?

Ciro kanalından bakarsak, 2022'yi 750 bin dolar ciro ile kapattık. Yeni yarattığımız kanallarımız ile 2023 sonu itibarıyla ciromuzu dört kat artırmayı hedefliyoruz.



MERT YILDIZ



Meksika pazarında başarılı bir büyümeniz var. Yurt dışına yönelik yeni projeleriniz var mı, bunlardan bahsedebilir misiniz?

24 saatte iş olarak kuruluşumuzun henüz beşinci yılında olmamıza rağmen,

istihdam piyasasında önemli bir fark yaratığımızı; son derece geleneksel yöntemlerle yürüyen insan kaynakları süreçlerini dijitalleştirerek ve yapay zeka ile buluşturarak alışkanlıkları değiştirdiğimizi görüyoruz. Pazarın ihtiyaçları hızla değişiyor; biz de adap-

tasyon kabiliyetimizi ve teknoloji kaslarımızı kullanarak kulvarımızda giderek güçleniyoruz. Çalışan adaylarının ve mikro ölçekteki pek çok işletmenin ihtiyaçlarını dikkate alarak iş bulma ve personel arama tarafında ulaşılabilir ve pratik çözümlerle ilerliyoruz. Yaptığımız işle yüz binlerce insanın hayatına dokunduk, her geçen gün büyüyen bir aile yarattık ve bununla gurur duyuyoruz. Türkiye’de kullanıcı tarafında mükemmel deneyimi yarattıktan sonra yeni pazarlara açılmayı başlangıçtan beri hedefliyorduk ve bunun için 2022’yi işaret etmiştik. Bu planlama doğrultusunda ilk yurt dışı açılımımızı yeni markamız Bonded çatısı altında Meksika pazarına yaptık. Bonded Busco Chamba ile 6 ay içinde Meksika’da 4 binden fazla kişinin istihdamına aracılık etmiş bulunuyoruz. Hedefimiz, farklı Latin Amerika ülkelerine gitmek.

Kaç aday var platformunuzda? Kaç şirkete ulaşıyorsunuz?

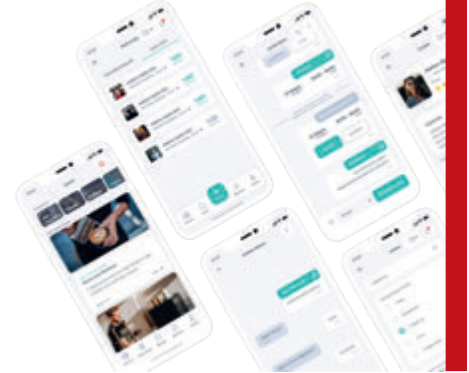
Sistemde 160 bin şirket ve 4 milyondan fazla aday mevcut. 24 Saatte İş hızla büyüyor, şu ana kadar 350 binden fazla aday platformumuz üzerinden iş bulmuş durumda.

2023 yılı için aday ve şirket sayısını kaçta çıkartacaksınız?

2023 sonu itibarıyla Latin Amerika’da dört ülkeye daha açılarak Türkiye’de 5 milyon, Latin Amerika’da 3 milyon adaya ulaşmayı hedefliyoruz. Şirket tarafında ise Türkiye’de 350 bin ve Latin Amerika’da 250 bin şirkete ulaşmayı planlıyoruz. 2025 sonunda toplamda 50 milyon kullanıcısı olan, 1,5 milyon şirketle çalışan, 15 ülkede aktif ve milyonlarca insana iş bulmuş bir platform olmak en büyük hedefimiz.

“Teknolojinin gücünü arkamıza alıyoruz”

“24 Saatte İş’in önemli bir diğer önemli özelliği işverenin ve adayın tercihlerini öğrenen ve iki tarafa da uygun adayları/işi gösteren bir algoritmasının olması. Kriterler doğrultusunda her başvurana adaya bir ‘eşleşme skoru’ belirliyor. Bu skor adayın işverenin geçmiş tercihlerinden yola çıkarak adayın bu işe ne kadar uygun olduğunu belirtiyor. Bu skorlar işverene de gösteriliyor. Böylece şirket tek tek adayların profiline bakmaya gerek duymadan doğrudan eşleşme skoru üzerinden adayı değerlendirebiliyor. Buna ek olarak süreci verimli hale getirebilmek için işveren ve aday arasında direkt iletişim sağlıyoruz. Sistem üzerinden randevu oluşturulmasını ve sonrasında randevunun takibini yapmayı mümkün hale getiriyoruz. Türkiye’de bu sistemle çalışan başka bir insan kaynakları uygulaması bulunmuyor.”



“Bu yıl Avrupa’da iki ülkeye gireceğiz”

Fintek ekosistemine ve kullanıcılara katma değer yaratma hedefiyle 2020 yılında kurulan Plodsi, kullanıcılara araçlarının tüm giderlerini plaka üzerinden ödeme imkanı sunuyor. Plodsi Akıllı Plaka Uygulaması Kurucu Ortağı Koray Peközkay, “Avrupa’da iki ülkede Plodsi’nin sözleşmeleri tamamlandı. Diğer ülkeler için de gelen talepleri değerlendirmeye devam ediyoruz” diyor.

Türkiye ve dünyada bir ilk olan uygulama Plodsi Akıllı Plaka Uygulaması, araç plakasını bir kredi kartı veya dijital cüzdanla eşleştirerek, plakanın ödeme platformu haline gelmesini sağlıyor. Plakasını Plodsi’ye ekleyen kullanıcılar akaryakıttan sigortaya, profesyonel şoförden çekiciye aracıyla ilgili tüm ödemeleri uygulama üzerinden yapabiliyor. Fintek ekosistemine ve kullanıcılara katma değer yaratma hedefiyle 2020 yılında kurulan Plodsi, kullanıcılara araçlarının tüm giderlerini plaka üzerinden ödeme imkanı sunuyor. Akıllı Plaka uygulamasıyla kullanıcılar, tek bir platform üzerinden akaryakıt, otopark, sigorta, yıkama, çekilen araç bildirim ve profesyonel şoför gibi harcamalarını yönetebiliyor. Araç sahiplerinin kredi kartlarıyla entegre çalışan Plodsi Akıllı Plaka, gelirlerinden karbon ayak izini ofsetlemeye bütçe ayırıyor. Plodsi Akıllı Plaka, T.C. Merkez Bankası denetimindeki, Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para AŞ’nin ödeme hizmet sağlayıcısı Payzee Ödeme servis altyapısını kullanıyor. Plodsi Akıllı Plaka Uygulaması Kurucu Ortağı Koray Peközkay ile girişim hikayelerini ve gelecek planlarını konuştuk.

Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz? Ne zaman kuruldu? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

Plodsi akıllı plaka uygulaması, 2020 Eylül ayında kurulan bir finansal teknoloji girişimi. Fintech geçmişiye sahip olan bir



yönetim ekibi ve oldukça genç bir kadromuz var. Otomotiv ekosisteminde dağıtık faydaların, olanak ve kampanyaların tek bir çatı altında toplanması ve tüm bu faydaların plaka üzerinden ödenmesine olanak veren, akıllı plaka uygulaması fikriyle yola çıktık. Bu süreçte, 2023 Şubat ayı itibarıyla yedi ayrı hizmet kaleminin plakaya entegre ödenebileceği bir teknoloji yarattık. Tüm regülasyonlara uyumlu bir şekilde ilerlemeye devam ediyoruz.

Faaliyetleriniz ve hizmetleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Plodsi akıllı plaka uygulaması tamamen

ücretsiz bir üyelikle, şu anda yüzlerce akaryakıt istasyonunda avantajlı yakıt alımına entegre. Aynı zamanda 81 ilde 600’e yakın çekici, 5 ilde 200’e yakın özel şoför, İstanbul’da İspark’ı kullanıcılarımıza ücretsiz verdiğimiz bir entegrasyonu tamamladık. Bütün bunlara ek, 20’nin üzerinde sigorta firmasından eş zamanlı olarak trafik sigortası ve kasko teklifi verebiliyoruz. Plodsi’nin İstanbul özelinde ilk defa yaptığı bir başka entegrasyonla aracı çekilen Plodsi kullanıcılarına, araçlarının çekildiği otoparkın, çekilme nedeninin ve adresinin paylaşıldığı “çekilen aracım nerede?” hizmetini sunuyoruz. Ayrıca araç için yapılan düzenli giderlerde indirim ve kampanya olanakları ile kullanıcılarına genel giderlerinde tasarruf imkanı sağlıyor.

Küresel ölçekte zor bir dönem olan 2020-2021 sürecinde nasıl bir performans sergilediniz?

Tüm dünya ekonomisinin pandemi sonrası yaralarını sardığı bir dönemde, teknolojimizi ve iş ortaklıklarımızı geliştirirken, sektörün Plodsi’ye olan yaklaşımı beklentilerimizin ötesinde gelişti. Gerek global gerekse lokaldeki tüm paydaşlarımız, Plodsi’ye oldukça büyük ilgi gösterirken, entegrasyon haritamız beklediğimizden de hızlı gelişmeye devam ediyor. Bütün bunlara ek, üye işyeri tahsilat teknolojimizle bir akıllı telefonu pos cihazına, kullanıcılarımızın uygulamasını da ödeme platformuna çevirdik. Bunun yarattığı olanakla artık bir

KORAY PEKÖZKAY



aracın plakasını ödeme sırasında kullanılabileceğimiz akıllı plaka dünyası hayata geçmiştir oldu.

2023'e ilişkin hedeflerinizi ve oyun planınızı anlatır mısınız?

2023 içerisinde, bulunduğumuz süreçte, onlarca marka ile sözleşmemizi tamamladık ve entegrasyonlarımıza devam ediyoruz. Ocak 2023 başında kullanıcı tarafında bek-

lediğimiz ilgiyi gördük ve çıkışımızın hemen sonrasında binlerce plaka, akıllı plakaya dönüştü. Yarattığımız teknolojinin faydaları ve kullanım kolaylığıyla kullanıcılarımızın ödeme sürecinde tecrübe ettiği yüksek güvenlikli ve hızlı çözüm, beklediğimiz müşteri edinme süreçlerini oldukça hızlandırdı. 2023 yılında hizmet sayısını 20'nin üzerine çıkararak; araç sahiplerine kapıda hizmet-

ler, finansal olanaklar ile çeşitlendirilmiş servisler ve ayrıca tüm bankaların kart programları ve loyalty sistemleriyle entegre olarak sınırsız bir dünyanın kapılarını açacağız. Tüm sektörün işbirliğiyle ekosisteme sağlayacağı faydaları büyütüyor olacağız.

2023'ü ne kadarlık bir büyüme ile kapatmayı hedefliyorsunuz?

2023'ün ilk ayında kullanıcılarımızla buluştuk. 2023 sonunda beklediğimiz kullanıcı edinimiyle ilgili öngörülerimizde, ilk haftalardaki ivmenin devamını ve hatta artarak ilerleyeceğini bekliyoruz. Tüm kullanıcılarımızdan olumlu yorumlar alarak ve her gün daha da büyüyerek ilerliyoruz. 2023 yılı kullanıcı beklentimiz, tahminlerimizin yüzde 70 üstünde çıkacak bir hızda çoğalıyor. Yılı otomotiv dikeyindeki tüm hizmet ve ürünlerde, en az bir paydaş ile tamamlıyor olacağız.

Yurtdışına hizmet veriyor musunuz? Yurtdışında büyüme planınız var mı?

Plodsi akıllı plaka uygulaması, globalde karşılığı olmayan bir kavramın yaratıcısı. Akıllı plaka uygulaması kavramını globale taşımamız konusunda yoğun ilgi görüyoruz. Bugüne kadar gelen talepler arasında Avrupa'da iki ülkede Plodsi'nin sözleşmeleri tamamlandı. Diğer ülkeler için de gelen talepleri değerlendirmeye devam ediyoruz. 2023 yılı bitmeden iki ülkede Plodsi çalışmalarını tamamlamış olacak. Tamamen bu topraklara ait bir teknoloji yaratmanın ve bunun globalde gördüğü ilgiden son derece mutluyuz.

Önümüzdeki 5 yıllık dönemde yeni projeleriniz var mı?

Plodsi akıllı plaka uygulaması 2028 vizyonu, tüm araçların, artan elektrikli taşıtların ihtiyaçlarını da önceliklendirerek, bankacılık ve otomotiv sektörleri arasında kilit bir noktada konumlanmak üzerine kurulandı.

Beş senelik planlarımız arasında, aracına Plodsi akıllı plaka uygulaması ile yakıt alan, parklayan, yıkatan, sigortalayan, tüm giderlerini gördükleri, araçlarını satan ve hatta Plodsi'nin gelişen algoritmasıyla yeni araç teklifini anında değerlendirip tüm satın alma ve kredi işlemlerinin tek ekranda sonlanacağı bir teknoloji yaratmak var. Tüm bunlarla beraber sürdürülebilirlik ve çevrecilik alanında da önemli yatırımlar yapmaya devam ediyor.

“2023'te beş yeni yatırım yapacağız”

Türkiye'nin en köklü girişim sermaye fonlarından Revo Capital'in CEO'su Cenk Bayrakdar, “2023 yılında 5 yeni yatırım yapmayı planlıyoruz ve 2 portföy şirketimizin değerinin 1 milyar doları geçmesini bekliyoruz” diyor.

Türkiye'de de dünyada olduğu gibi geleceği parlak girişimlere yatırım yapan girişim fonlarının sayısı giderek artıyor. Bunlardan biri olan Revo Capital, Türkiye'nin en köklü girişim sermaye fonlarından bir tanesi. En son 2022 yılının Aralık ayında Bumper yatırımı ile adını duyuran Revo Capital'in 2013 yılında 66 milyon dolarlık ilk fonu ile yola çıktığını belirten Revo Capital CEO'su Cenk Bayrakdar, bugüne kadar Türkiye, Doğu Avrupa ve Baltıklar'da büyüme aşamasındaki 31 teknoloji girişimine yatırım yaptıklarını söylüyor. Bayrakdar'a sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz? Ne zaman kuruldu? Nasıl bir fi-kirle yola çıktınız?

Kurucu ortaklarımızla 2013'te 66 milyon dolarlık fonla yatırım yolculuğumuza başladık. Bu yolculuğa başladığımızda Türkiye merkezli teknoloji start-up'larına yatırım yapan ilk fonlardan biriydik. Aynı zamanda odağına Türkiye'de finansal teknoloji (fintek) ve kurumsal yazılım hizmetlerini alan tek risk sermayesi fonu konumundaydık. Yazılım tabanlı teknolojilerin tüm sektörlerde sağladığı yüksek katma değere,

ihracat potansiyeline ve istihdam olanakları ile rekabetçi üstünlük yaratacağına ve 10 yıl içerisinde hem Türkiye'nin hem de dünyanın en büyük şirketlerinin teknoloji firmaları olacağına öngörerek yola çıktık. Bugün gerek başarılı çıkışlarımız gerekse de bu alandaki diğer yatırımlarımızın büyüme hızı, Türkiye'deki potansiyel konusunda yarılmadığımızın bir göstergesi. 2020 yılında kurduğumuz 90 milyon Euro büyüklüğündeki ikinci fonumuz ile de 2 yıl içerisinde B2B bulut, fintek ve sağlık teknolojileri alanlarında 11 girişime yaklaşık 40 milyon Euro yatırım gerçekleştirdik. Girişimlerimiz, teknolojinin en hızlı büyüyen sektörlerinde faaliyet gösteriyor. Finansal teknoloji alanında girişimlerimiz; midas, Param, Kredim ve Bumper, sağlık teknolojileri sektöründe Massive Bio ve Vivoo, KOBİ ve kurumlara bulut çözümler sunan ikas, Builder.ai ve Akinon ve artırılmış gerçeklik alanında faaliyet gösteren CY Vision. İkinci fon portföy şirketlerimizden Getir'in değeri 10 milyar dolardan fazla. 2023 yılında 5 yeni yatırım yapmayı planlıyoruz ve 2 portföy şirketimizin değerinin 1 milyar doları geçmesini bekliyoruz.

Bugüne kadar kaç girişimi fonladınız? En fazla ilgi gösterdiğiniz alanlar hangileri?

Birinci fonumuz ile 20 girişime, ikinci fondan da 11 yatırımla şu ana kadar toplamda 31 teknoloji girişimine 82 milyon euro yatırım yaptık. Portföy şirketlerimiz son 10 yıl içerisinde 2 milyar doların üzerinde yatırım aldılar. Bu tutar da Türkiye'deki girişimlere son 10 yılda yapılan yatırımların yüzde 32'sine tekabül ediyor. 2022 yılında ise Türkiye'de gerçekleşen yatırımların yaklaşık yüzde 60'ını Revo Capital portföy şirketleri oluşturdu. İlgi gösterdiğimiz başlıca alanlar sırasıyla fintek, B2B SaaS platformları (kurumsal yazılım, Cloud, DevOps), ticaret teknolojileri (e-ticaret, B2B ve B2C platformlar, lojistik) pazar yerleri, sağlık teknolojisi, büyük veri işleme, yapay zeka, makine öğrenimi ve siber güvenlik. Fintek alanındaki girişimlerimiz Midas, Param, Kredim ve Bumper; sağlık teknolojileri sektöründe Massive Bio ve Vivoo; KOBİ ve kurumlara bulut çözümler sunan ikas, Builder.ai ve Akinon ve artırılmış gerçeklik alanında faaliyet gösteren CY Vision. Yaptığımız yatırımların fon yapısına uygun çıkış yapabileceğimiz şirketler olması gerekiyor. Aynı zamanda konsolidasyon potansiyeline sahip olması ve şirketin faaliyet gösterdiği sektörde yerel know-how'ın yoğunlaşıyor olmasına önem gösteriyoruz.

“Dünyadaki 100 şirketten biri olmayı hedefliyoruz”

“Şu anda üçüncü fonumuzu kurma çalışmalarına başlıyoruz. Mevcut yatırımcılarımızın üçüncü fon haberine geribildirimleri son derece olumlu ve ekibimize olan güvenlerini teyit eden nitelikte. Erken aşama start-up'lara yatırım yapmak için 75 milyon dolar ila 150 milyon dolar toplayacağız. Ayrıca yeni fonumuza MENA bölgesini de ekleyerek Türkiye, Doğu Avrupa ve Baltık bölgelerinde büyüme potansiyeli olan yenilikçi teknoloji girişimlerine yatırım yapacağız. Girişimcilerle yakından çalışma prensibimizi ve kanıtlanmış yatırım stratejimizi üçüncü fonumuz ile de devam ettirip üç fonumuz ile dünyadaki 100 girişim sermayesi şirketi içerisinde yer almayı hedefliyoruz.”



CENK BAYRAKDAR

Küresel ölçekte zor bir dönem olan 2020-2022 sürecinde nasıl bir performans sergilediniz?

Öncelikli hedefimiz Türkiye'deki girişimlere yatırım yapmak. İkinci fon yatırımlarımızın yüzde 65'ini yurt içine, toplam sermaye taahhüdünün ise yüzde 35'ini

Doğu Avrupa ve Baltık ülkelerine tahsis etmiş durumdayız. İkinci fonda hedefimizi, Türkiye'yi start-up dünyasında bölgenin hub'ı olarak konumlandırmak şeklinde belirlemiştik. Bu zor dönemde, Türkiye ve Avrupa'nın önde gelen girişimci, yatırımcı ve iş dünyasının kanaat önderlerini 9-10

Kasım'da İstanbul'da 3'üncü Revo Capital Building Bridges etkinliği ile bir araya getirdik. Türkiye'den 320 ve Avrupa'dan 80 katılımcı olmak üzere 400 konuğu ağırladık. Girişimcilik ekosisteminin yüz yüze buluştuğu, iç görülerin paylaşıldığı, iş stratejilerini tartışıp teknoloji endüstrisini ileriye taşıyan küresel eğilimlerin belirlendiği zirvede, Türkiye'nin girişimcilik ekosisteminin olgunlaşması ana başlıklar arasında yer aldı. Bunun en önemli göstergelerinden biri 2020'den önce Türkiye'de değeri 1 milyar doları aşan girişim yokken bugün 6 girişimin "unicorn" konumunda olması. Portföy şirketlerimiz son 10 yıl içerisinde 2 milyar doların üzerinde yatırım aldılar. Bu, Türkiye girişimlerine son 10 sene içerisinde yatırılan sermayenin yüzde 32'sine denk geliyor. 2022 yılında ise Türkiye'de gerçekleşen yatırımların yaklaşık yüzde 60'ını Revo Capital portföy şirketleri oluşturdu. 2022 yılı ekonomik açıdan her ne kadar zorlayıcı bir dönem olsa da biz yatırımlarımızı sürdürmeye devam ettik ve finansal teknoloji alanında 3 yatırım yaptık. Her sene yaklaşık beş yatırım yapmayı hedefliyoruz. Seçici olmamız, yatırımlarımıza daha kapsamlı destek sunma avantajı yaratıyor. Gerek ürün geçmişimizin gerekse de yatırımlarımızın yüzde 35'inin fintek alanına odaklanmış olması sayesinde bu sektörde nasıl en iyi şekilde yardımcı olabileceğimizi biliyoruz.

2023 nasıl geçecek?

2022/23 yıllarına geri dönüp baktığımızda "yeniden yapılanma" dönemi olarak görülecek. 2022 yılı, ekonomik belirsizliğin seyrettiği, artan enflasyonun etkileri, Ukrayna'daki savaş ve ekonomik durgunluğun 2023'te de devam etmesi bekleniyor. Yatırımcılar artık sürdürülebilir iş modeli olan ve karlı olabileceğini kanıtlayan girişimleri destekliyor ve girişimcileri tanımak için daha çok zaman harcıyor. Aynı zamanda, 2021 yılına göre değerlemelerde yaşanan yüzde 25 ile yüzde 70 düşüş, yatırımcı iştahını arttırdı. Yavaşlayan yatırım hızı ve enflasyonun etkisi ile daralan piyasaların da etkisi ile daha düşük değerlemeler görmeye devam edeceğiz. Bu yeniden yapılanma sürecinde orta ve uzun vadede yüksek getiri beklentisiyle yatırım yapanlar yalnızca değerlemelere değil, yaratılan değere odaklanacak.



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

KÜÇÜK VE MİKRO İŞLETMELER İÇİN FİNANSAL RAPORLAMA STANDARDI (KÜMİ FRS)

Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGG) özellikle küçük ve mikro işletmeleri ilgilendiren çok önemli bir standardı yayınlamıştır. Bu standardın adı “Küçük ve Mikro İşletmeler için Finansal Raporlama Standardıdır (KÜMİ FRS).

Hangi işletmelerin küçük ya da mikro işletme kapsamına girdiğine ilişkin düzenleme ise; 4 Kasım 2012 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Tanımı ve Nitelikleri Belirleyen Yönetmelik ile netlik kazanmıştır.

Daha sonra da özellikle rakamlarda güncelleme yapılmış ve en son olarak da, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin tanımında değişiklik yapılan yönetmelik 18 Mart 2022 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu tarihten itibaren 250 Milyon TL’nin altında net satış hasılatına veya mali bilançoya sahip olan ve KOSGEB’in desteklediği sektörler arasında yer alan tüm işletmeler KOSGEB desteklerinden yararlanabileceklerdir. Bu bağlamda;

■ Mikro işletmeler: 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançodan herhangi biri 5 milyon TL aşmayan işletmeler, mikro işletme olarak adlandırılmaktadır. Yönetmelikle birlikte Mikro işletme tanımında değişiklik yapılmamıştır.

■ Küçük işletmeler: 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık

satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 50 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler küçük işletme olarak adlandırılmaktadır.

■ Orta Büyüklükteki İşletmeler: 250 çalışandan az istihdam rakamı ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 250 milyon TL’yi aşmayan işletmeler, orta büyüklükte işletme olarak adlandırılmaktadır. (18 Mart 2022 tarihli Resmi Gazete)

Tanıma göre, ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ’lerin taşınması gereken kriterleri aşağıdaki tablodaki gibi özetleyebiliriz:

Kriter	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	10	50	250
Yıllık Net Satış Hasılatı veya Yıllık Mali Bilanço Toplamı	5 Milyon TL	50 Milyon TL	250 Milyon TL

Ancak KGG, KÜMİ’yi yayınlarken şu ölçütleri belirlemiştir:

KÜMİ FRS’nin uygulanması açısından, aşağıdaki üç ölçütten en az ikisinin eşik değerlerini aşan gerçek ve tüzel kişi tacirler müteakip raporlama döneminde küçük işletme olarak değerlendirilir:

a) Aktif toplamı 3.5 milyon ve üstü Türk Lirası.

b) Yıllık net satış hasılatı 7 milyon ve üstü Türk Lirası.

c) Ortalama çalışan sayısı 10 ve üstü.

Bu ölçütleri sağlamayan gerçek ve tüzel kişi tacirler bu Karar uyarınca

mikro işletme olarak değerlendirilir.

Hangi işletmelerin KÜMİ FRS’ye göre finansal tablolarını düzenleyebilecekleri ve KÜMİ FRS’nin amacı KGG tarafından şu şekilde ifade edilmiştir:

“KÜMİ FRS, “Bağımsız Denetime Tabi Şirketlerin Belirlenmesine Dair Karar” uyarınca bağımsız denetime tabi olmayan gerçek ve tüzel kişi tacirler tarafından aşağıdaki finansal tablolarda uygulanacaktır:

■ Bağımsız Denetime Tabi Şirketlerin Belirlenmesine Dair Karar kapsamı dışında olup diğer mevzuat uyarınca bağımsız denetime tabi

olarak hazırlanan finansal tablolarda ve

■ Belirli alanların düzenlenmesi ve denetlenmesinden sorumlu kurum, kurul veya kuruluşlarca talep edilen denetimden geçmiş veya Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından yayımlanan standartlara atfı yapılarak hazırlanması istenen finansal tablolarda.

Bununla birlikte yukarıdakiler dışındaki küçük ve mikro işletmeler TTK uyarınca hazırlayacakları finansal tablolarda KÜMİ FRS’yi ihtiyari olarak uygulamayı tercih edebilirler. KÜMİ

FRS, 1/1/2023 tarihi ve sonrasında başlayan hesap dönemlerinde uygulanmak üzere yayımı tarihinde yürürlüğe girmiştir.

KÜMİ FRS'nin amacı, Türk Ticaret Kanunu'na (TTK) göre bağımsız denetime tabi olmayı ihtiyari olarak Türkiye Finansal Raporlama Standartlarını veya Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardını uygulamayan, TTK'nın 64 ilâ 88'inci madde hükümlerine tabi gerçek ve tüzel kişilerin finansal tablolarının gerçeğe uygun, ihtiyaca uygun ve karşılaştırılabilir bilgi sağlamasını temin etmektir.”

Bu düzenleme ile hemen küçük ve mikro işletmeler için bir şeyler değişmeyecektir. Ancak önümüzdeki dönemler için başta bu işletmelerin sahip, ortak ya da yöneticileri olmak üzere karar vericilerin finansal tablolardan daha fazla yararlanma imkânı ortaya çıkacaktır.

Mevcut uygulamada, küçük ve mikro işletmeler bağımsız denetime tabi olmadığından ve başkaca amaçlarla (ortaklık, yatırım, kredi imkanları vb) bu işletmelerin herhangi bir standart dahilinde finansal tablo hazırlama ihtiyacı ve motivasyonu bulunmamaktadır. Bu işletmeler vergi mevzuatı uyarınca defterleri tutmakta, kayıtlarını ve finansal tablolarını da yine vergi mevzuatı uyarınca hazırlamaktadır. Vergi mevzuat uyarınca hazırlanan finansal tablolar; vergisel amaçlı olduğundan ve vergi mevzuatındaki değerlendirme ilkeleri ile değerlendirildiğinden öncelikle analize uygun değildir. Bu tablolar mevzuattaki birçok değişiklikten etkilenebilmektedir. Örneğin vergi afları ile; kasa, ortaklar cari hesabı, stoklar, özkaynakların altındaki birtakım fonlar finansal tabloların güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Dolayısıyla başta işletme sahip ortakları ile yöneticiler olmak üzere finansal tablolardan yararlanabilecek olan hiçbir paydaş analize uygun



ve karar vermeye dönük bilgiler elde edememektedir. Bu nedenlerle büyüklüğü ne olursa olsun tüm işletmelerin finansal tablolarını kabul görecektir standartlar dahilinde hazırlaması sürekliliklerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Sadece KÜMİ FRS Yeterli Midir?

Tüm işletmeler düşünüldüğünde finansal tabloların bir raporlama seti dahilinde hazırlanması analize uygun ve karar vermeye dönük bilgi sağladığından söz etmek mümkün değildir. Finansal tabloların paydaşlar tarafından hüküm ifade etmesi için bu finansal tabloların bağımsız denetimden geçmesi gerekmektedir. Büyük ve orta ölçekli şirketlerin TFRS veya BOBİ FRS kapsamında hazırladıkları finansal tablolar bağımsız denetimden geçmektedir. Yatırımcılar, kredi kuruluşları bağımsız denetimden geçmiş finansal tabloları esas alarak analizlerini yapmaktadır. KÜMİ FRS'ye göre finansal tablolarını hazırlayacak olan işletmelerin mevcut denetim standartları ile denetime tabi tutulması fayda/maliyet analizi yönüyle düşünüldüğünde zor olacaktır.

2023 yılı sonrasında bu konuda da gelişmeler olacaktır. Uluslararası Denetim ve Güvence Standartları Kurulu (IAASB) küçük ve mikro şirketleri de kapsayacak “daha az karmaşık işletmelerin denetimleri için standart (Standard for Audits of Less Complex Entities -ISA for LCE)” hazırlamıştır ve standart ile ilgili görüş alma çalışmalarını sürdürmektedir. Kurul, 2023 yılının Aralık ayında standardı nihai haline getirip yayınlamayı planlamıştır. Ülkemizde de KGK bu gelişmeyi yakından izlemekte ve gereken düzenleme için çalışmalarını yapmaktadır. Bu standart uygulamaya geçtiğinde küçük ve mikro işletmeler KÜMİ FRS'ye göre finansal tablolarını hazırlayarak ve küçük ve mikro işletmelerin için denetim standardı kapsamında bağımsız denetim yaptırarak çok daha az maliyetli bir şekilde finansal tablolarından çok daha fazla yararlanabilme imkanı olacaktır. KÜMİ FRS kapsamında finansal tablolardan sadece bilanço (finansal durum tablosu) ve kar/zarar tablosu sunulacaktır.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

MÜŞTERİLERİMİZ SATINALMA KARARLARINI NASIL VERİYOR? (BÖLÜM II)

Pazarlamanın çok yönlülüğü ve psikoloji, sosyoloji, ekonomi bilimlerinden etkilendiği düşünüldüğünde, son yıllarda bu çok yönlü yaklaşıma tüm dünyada bir yenisi daha eklendi. Nöro bilim. Nöro(sinir) bilim başka bir ifadeyle sinirbilim sinir siteminin araştırılmasına dayalı bir bilim dalı. Bu yeni alanın ortaya çıkışı, mühendislerin, işletmecilerin, psikologların, sosyologların, iletişim bilimcilerin, davranış bilimcilerin ve pazarlama uzmanlarının çalışma alanlarına dâhil oldu. Sinir bilim pek çok alanda kullanılan son derece derinlemesine bir konudur. İngilizce neuroscience (sinirbilim) diye geçen kavram, Türkçe’de nörobilim olarak adlandırılıyor. Sinir sistemi dediğimiz yapının; yani beyin ve omuriliğin, bildiğimiz kadarıyla zihinsel süreçlerimizin, kararlarımızın, duygularımızın merkezi olan dokunun nasıl çalıştığını anlamaya çalışan geniş kapsamlı bir bilim dalıdır. Bu noktada bizleri ilgilendiren kısım ise sinir bilimin tutum, davranış, düşünce, duygu ve öğrenme ile ilişkisini inceleyen davranışsal ve bilişsel nörobilim yönü ki, bu yön iş hayatı için ve pazarlama çalışmaları için ayrı bir önem taşımakta. Tüketiciler/müşteriler nöro bilim çerçevesinde pazarlamanın da inceleme alanı haline geldi ve buna nöro pazarlama denmeye başlandı.

Nöro pazarlama olarak adlandırılan bu alanda Gerald Zaltman’ın Harvard Üniversitesi’nde yaptığı çalışmalar ilk önemli çalışmalar olarak gösterilmektedir. Bu çalışmalar 1990 yılında başladı ve 2002 yılında “nöro pazarlama” kavramı ortaya çıktı. Peki, öyleyse nöro-pazarlama ile ne yapılıyor?

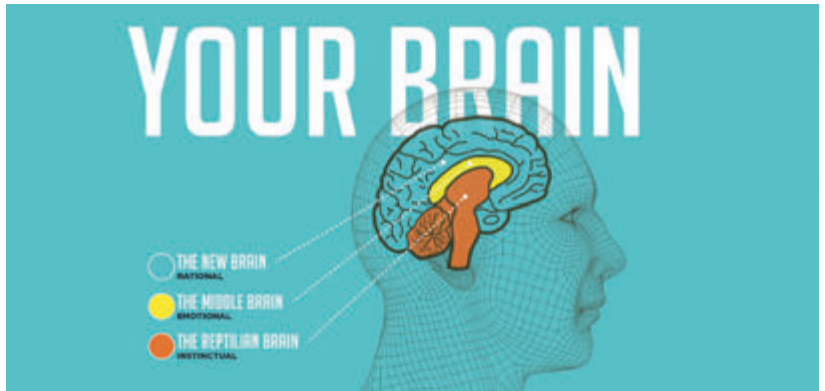
Nöro pazarlama çalışmaları ile genel kapsamda tüketici davranışlarının ve bir ürün/ hizmetin satın alma kararlarının detaylı incelenmesi yapılıyor. Tüketicilerdeki, müşterilerdeki duygu, bellek ve karar mekanizmasının nasıl işlediği anlaşılmalı çalışılıyor. Kararların duygusal etkenlerle verildiğinden yola çıkılarak duyguların nasıl uyarıldığı, bu uyarılmanın olumluluk düzeyleri, belleğin gösterdiği dikkatin kararlara olan etkisi gibi konular anlamlandırılmaya çalışılıyor. Tüm bu süreçler incelendikten

sonra tüketicilere/müşterilere ürün veya hizmetlerin nasıl duyurulması gerektiğine, pazarlama iletişimi çalışmalarının hangilerinin nasıl yapılacağına karar veriliyor.

MacLean Üç Beyin Teorisi: Beyin Çalışma Biçimi ve Üç Beyin

Beynimiz bilinmeyen sırlarla dolu bir organ. Son yıllarda ise hem popüler anlamda hem de bilimsel olarak çok ilgi görmeye başladı.

Kafatasımızın içinde yaklaşık 1.3-1.5 kilogram ağırlığında 100 milyardan fazla sinir hücresi ve yaklaşık 1 milyon kilometrelik lif bağlantısı bulunmaktadır. Daha da ilginç olanı 60 vatlık bir elektrik ampülü kadar enerjiye ihtiyaç duymakta. Düşüncelerimiz, duygularımız, motivasyonlarımız, büyük veya küçük kararlarımız böylesi küçük fakat bir o kadar da karmaşık bir organizamız olan beynimiz ile ortaya çıkıyor.



Beynin gelişmesini yaklaşık 500 milyon yıl önce tamamlamış ilk yapısı arka (veya alt) beyindir. Bu bölge sürüngenlerle ortak olan yapıdır (ilkel beyin-resimde turuncu olan bölge) ve solunum, vücut sıcaklığı, beden sıvıları ve kendi kendine çalışan (solunum, kalp vuruşu vb) sistemlerden sorumludur. Bu yapının üzerinde yer alan orta beyin (duygusal beyin-resimde sarı olan bölge) bölgesi ise görme ve işitme duyularını koordine eder; tehlike, tehdit ve haz konusundaki röle (aktarma) istasyonlarını barındırır. Hislerin ve duygusal durumların dilidir. Bunların üstünde yer alan ön beyin (akılcı beyin-resimde mavi ile işaretli bölge) ise insana özgü olan okuma, yazma, hesap yapma, sembolizasyon, akıl yürütme gibi işlevleri barındırır.

Kısacası:

- 1. Yeni Beyin (Akılcı Beyin):** Rasyonel verileri işler. Mantıksal kararlar alır.
- 2. Orta Beyin (Duygusal Beyin):** Duyguları ve altıncı hisleri işler. Duygusal kararlar verir.
- 3. Eski Beyin (İlkel Beyin):** Satın alma kararını verir, diğer iki beyinden gelen verileri hesaba katar fakat son sözü söyleyendir.

Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler

Bir önceki bölümde tüketici/müşteri satın alma kararını ilkel beyin üzerinden gerçekleştirdiğini, diğer iki beyinden gelen verileri hesaba katarak son sözü ilkel beyinden gelen uyarılarla vermiş olduğunu belirttik. Örneğin; bir destinasyonu ziyaret etme veya bir yere tatile gitme kararına etki oluşturan ve nihai satın alma kararını verdiren kısım da yine ağırlıklı olarak ilkel beyindir.



SÜRÜNGEN BEYİNİ (İLSEL BEYİN)	ESKİ MEMELİ BEYİNİ (DUYGUSAL BEYİN)	YENİ MEMELİ BEYİNİ (AKILCI BEYİN)
Bazal gangliya (Beyin sapı)	Limbik sistem	Neo (frontal) korteks
Savaş ya da kaç (İlgüdüsel yanıtlar)	Duygular, anılar, alışkanlıklar (Bedensel-duygusal ve duygusal deneyimler)	Dil, soyut düşünce, hayal kurma, bilinçlilik (Zeki ve uygulayıcı işlev, sözlü dil, bilinçli düşünce ve öz-farkındalık)
Otopilot	Karar Alma	Mantıklı Düşünme
Bedensel duyuların ve dürtülerin dili	Hislerin ve duygusal durumların dili	Düşüncenin ve sözlü ifadenin dili

Çünkü ilkel beyin kendine fayda sağlamayan, hayatta kalmaya yönelik herhangi bir şey içermeyenler konulara karşı sabrı ve sempatisi olmayan taraftır. Elbette empati kurabilir, ya da mantık çerçevesinde olayın bir dizi sonucunu umursar, fakat tüm bu reaksiyonlar orta ya da yeni beyin seviyesinde gerçekleşir.



İlkel beyin kendine fayda sağlayan özelliklerini konumuz çerçevesinde biraz detaylandıralım. Bu fayda şan, şöhret, statü, prestij, herkes yapıyor ben de yapayım, herkes X ülkesine tatile gidiyor bende gitmeliyim çünkü buraya gitmek bir prestij göstergesi olabilir, bizim neyimiz eksik ki bizde gitmeliyiz, gidelim bol bol fotoğraf çekip Instagram'da yayınlayalım beğeni alalım gibi düşüncel kalıplarla hareket eder. Günün sonunda bu düşüncel ve davranışsal

kalıpların nihai sonuçları en masumane boyutuyla kendilerini iyi hissetme/havali hissetme en yıpratıcı boyutuyla ise şan, şöhret, statü, prestij, rekabet, hırs gibi çıktıkları tetiklemektedir.

İlkel beyinin satın alma kararı verme sürecini zıtlıkları besler: Zıtlık eski beyin hızlı fakat riskli ve hatalı kararlar vermesini sağlar. Zıtlık olmadan eski beyin geç karar verir ya da hiç karar veremez. O sebepten dolayı bir resme baktığında bir şeyin öncesi ve sonrasını görmeyi sever. Önce ne idi sonra o ürünü kullandığında ne gibi güzellikler, faydalar elde etti gibi çıktılar önemlidir.

İlkel beyin somut veri/açık ve net veriyi sever, somut verilere ihtiyacı vardır: Örneğin: X şehrine kaç saatte gideceği, neyle nasıl gideceği, eğer bir tur programına katılacaksa bu program içinde tam olarak ne olacağı ve fiyatının tamı tamına ne olacağı ile ilgilenir. Bu yaklaşımdan yola çıkarsak her şey dâhil, ultra her şey dahil (all inclusive, ultra all inclusive) paketleri ilkel beyne referans veren ve misafirin/ ziyaretçinin daha hızlı satın alma kararı vermesine destek olan yaklaşımlardır.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

YATIRIMCI - GİRİŞİMCİ İLİŞKİSİNDE NE GİBİ GÖZETİM MEKANİZMALARI KURULABİLİR?

2022'nin Kasım ayından başlayıp günümüze kadar uzanan son 3 aylık dönemde neredeyse her gün FTX isimli kripto para borsasının iflas süreciyle ilgili haberler okumaktayız. FTX'in kurucusu olan girişimci Sam Bankman-Fried, yatırımcılardan temin ettiği fonları ve FTX'in gelirlerinin önemli bir kısmını sahip olduğu Alameda Research isimli diğer bir şirketi fonlamak için kullanmış, Alameda Research'ün FTX'e geri ödeme yapamaması nedeniyle FTX'in likidite krizine girmesine ve en sonunda şirketin aniden iflas etmesine neden olmuştur. Yatırımcılar girişimci Bankman-Fried üzerinde doğru gözetim mekanizmalarını tesis edememiş olmanın sonucunda büyük zararlara katlanmak durumunda kalmışlardır. FTX örneğinde olduğu gibi, herhangi bir yatırımcı-girişimci ilişkisinde başta 'gözetimsizlik' olmak üzere çeşitli nedenlerden ötürü yatırımcının mağduriyetine yol açacak büyük sorunlar yaşanması muhtemeldir. Bu ayki yazımda konuyu melek yatırımcıların perspektifinden ele alarak, melek yatırımcıların girişimcilerle olan ilişkilerinde gözetim ve kontrol bakımından ne gibi önlemler alabileceklerine değinmek istedim. Melek yatırımcıların yatırım yaptıkları girişimlerde girişimci

kaynaklı riskleri asgari seviyeye düşürmek için yatırım öncesi sözleşmenin yapılandırılması sürecinde elde edebilecekleri bazı kozlardan yatırım sonrası dönemde birer risk yönetimi stratejisi olarak yararlanma imkânı bulunmaktadır. Melek yatırımcıyı girişimci kaynaklı



risklere karşı azami ölçüden koruyabilecek olan bir yatırımcı şartları protokolünün hazırlanması bu noktada büyük önem arz etmektedir. Melek yatırımcıların geneli yatırım sonrası dönemde girişimcinin icradaki hatalarından veya fırsatçı eylemlerinden kaynaklanabilecek sorunlara zamanında müdahale edebilmek için yatırım öncesinde sözleşmenin yapılandırılması aşamasında girişimciden 'kontrol hakları' talep etmektedir.

Sözleşmenin yapılandırılması sürecinde müzakere edilerek yatırımcı şartları protokolüne eklenen hususların başında tarafların sahip olacağı oy hakları ile ilgili hususlar bulunmaktadır. Herhangi bir pay sahibinin şirketin önemli kararlarında söz hakkının bulunup bulunmaması elindeki oy hakkına bağlıdır. Melek yatırımlarda uygulanan yöntemlerden biri, şirketin paylarının sınıflara bölünmesi (örn. A sınıfı paylar, B sınıfı paylar, C sınıfı paylar gibi) ve sınıflara farklı oy hakları verilmesidir. Yöntemi bir örnek ile somutlaştırmak gerekirse; A sınıfındaki her 1 adet payın 5 adet oya sahip olması ve B sınıfındaki her 1 adet payın 1 adet oya sahip olması ile, A sınıfının oyda imtiyazlı hale gelmesini sağlamak mümkündür. Eğer melek yatırımcıya verilen paylar A sınıfında olursa, melek yatırımcının sahip olduğu payların sayısının toplam paylara olan oranı düşük olsa bile melek yatırımcının elindeki oy hakkını B sınıfında bulunan girişimciden daha güçlü hale getirmesi sağlanabilir, diğer bir deyişle melek yatırımcı oyda imtiyaz elde edebilir. Aşamalı finansman (İngilizce 'staged financing') girişimcinin ve girişimin performansını yönetmek,



olası büyük hataları önlemek ve potansiyel getirileri artırmak için melek yatırımcılarının uyguladığı risk yönetimi stratejilerinden bir diğeridir. Aşamalı finansman stratejisi, yatırımcının taahhüt ettiği kaynakları girişimin önceden yatırımcı şartları protokolü ile belirlenen hedefleri ne ölçüde tutturduğuna bağlı olarak yine önceden üzerinde anlaşılan takvim ve ödeme planı çerçevesinde girişime aktarmasını sağlamaktadır. Bu strateji sayesinde, girişim iyi bir performans sergilemediği takdirde melek yatırımcı çok geç olmadan girişime kaynak sağlamayı durdurabilir; dolayısıyla daha az kayıpla süreci sonlandırabilir veya pay oranları üzerinde revizyon talep ederek girişimcinin hisse oranını düşürebilir. Hatta, eğer önceden yatırımcı şartları protokolünde belirtildiyse yönetim kurulunu değiştirme hakkını kullanarak girişimciyi yönetimde saf dışı bırakabilir. Aşamalı finansman stratejisi sadece melek yatırımcının tarafında olan ve onun haklarını koruyan bir strateji değildir. Bu strateji sayesinde başarılı girişimcinin

de ödüllendirilmesini sağlamak mümkündür. Örneğin, girişimci bir yıl sonrası için belirlenen hedefleri aştığı takdirde melek yatırımcının sahip olduğu hisselerin bir kısmını bedelsiz olarak geri almak yönünde bir pazarlık yapabilir. Melek yatırımcının şirketin yönetim kuruluna bizzat veya bir vekil üzerinden girme hakkı elde etmesi de melek yatırımcıya girişimci üzerinde daha yakın bir gözetim yapması imkânını sağlamaktadır. Örneğin, bir şirket iç yönergesi hazırlanarak ve şirketin karar defterine işlenerek, belirli miktarın üzerindeki harcamalar için ikinci imzanın (melek yatırımcının imzasının) gerekmesi sağlanabilir. Türkiye’de özellikle 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun içerdiği sınırsız müteselsil sorumluluk ile ilgili maddelerin bir sonucu olarak, melek yatırımcıların yatırım yaptıkları şirketlerin yönetim kurullarında yer almaktan kaçındıkları gözlemlenmektedir. Buna karşın yönetim kurulunda yer almak bir opsiyon olarak mevcuttur. Yukarıda açıklanan kontrol ve performans yönetimi

mekanizmalarının sözleşmenin yapılandırılması sürecinde girişimci ile müzakere edilmesi ve girişimci tarafından kabul görmesi, girişimci ile ilgili algılanan risklerin düşmesini ve girişimin melek yatırımcı nezdinde algılanan kalitesinin yükselmesini sağlayabilir. Zira, girişimcinin düşük performans göstermesi durumunda yaptırımları kabul etmesi girişimcinin özgüvenine dair önemli bir işarettir. Yine de bilinmelidir ki, sözleşmenin yapılandırılması sürecinde melek yatırımcının katı bir tutum izleyerek, taleplerinden çok az ödün vererek müzakere etmesi girişimci tarafından güven eksikliği olarak yorumlanmaya açık bir durumdur ve girişimci nezdinde melek yatırımcı-girişimci ilişkisinin kuşkulu ve güvensiz bir zeminde kurulmaya çalışıldığı yönünde bir kanaate neden olması muhtemeldir. Bu nedenle sözleşmenin yapılandırılması sürecinde özellikle kontrol mekanizmaları müzakere edilirken taraflar arasındaki güveni zedelemeyecek bir tonda müzakere edilmesine dikkat edilmelidir.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

20 Mart Pazartesi

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

24 Mart Cuma

- 1-15 Mart 2023 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

27 Mart Pazartesi

- 1-15 Mart 2023 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

28 Mart Salı

- Şubat 2023 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

31 Mart Cuma

- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerinin, Aralık 2022 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 2022 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisinin Beyanı ve 1.Taksit Ödemesi
- Varlık Barışı Kapsamında Şubat 2023 Dönemine Ait Yurt İçinde Sahip Olunan Varlıklara İlişkin Vergi Beyannamesi Üzerinden Hesaplanan Verginin Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait 464 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Bildirimde Bulunma Zorunluluğu Getirilen Aracı Hizmet Sağlayıcıları, İnternet Reklamcılığı Hizmet Araçları ile Kargo ve Lojistik İşletmeleri Tarafından Bildirim Verilmesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait 538 Sıra No.lu VUKGT kapsamında Taşınmaz (Satış/Kiralama) ve Motorlu Taşıt (Satış) İlanlarını Platformları Üzerinden Yayımlayanlar ile Günübirlik Konut Kiralama İşini Platformları Üzerinden Sağlayanlarca Bildirim Verilmesi
- Yurt Dışında ve Yurt İçinde Bulunan Bazı Varlıkların Bildirilmesi (7417 Sayılı Kanun)
- GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Olarak Yıllık Beyannamenin Verilmesi ve 1.Taksit Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 7256 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 14. Taksit Ödemesi
- 7326 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 10. Taksit Ödemesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerinin, Ekim 2022 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerinin, Kasım 2022 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Gelir Vergisi Mükelleflerinin, Aralık 2022 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Şubat 2023 Dönemine Ait Dijital Hizmet 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.

