

Kimilerine göre dahi, kimilerine göre hayalperest, kimilerine göre işsizler

TÜRKİYE'DE START-UP OLMAK...



Girişimcilik, özellikle de internet girişimciliği nihayet Türkiye'de de bir "kariyer yolu" olarak görülmeye başladı. Özellikle Facebook, Twitter, Foursquare gibi genç girişimcilerin başarı öyküleri yayılmaya başladıkça, internet sektöründeki fırsatlar her geçen gün biraz daha ağız sulandırıyor. Son dönemde Türkiye'den çıkan başarı öykülerinde gözle görülür bir artış olsa da özellikle internet girişimciliği konusunda çok ciddi "mentalite" sorunlarımız olduğu söylenebilir. Yaşanan gelişmeleri ve dikkat çeken projeleri sizler için derledik.

TAKİP edenler bilecektir, dünyanın en ünlü Teknoloji dergilerinden biri olan WIRED, Britanya baskısının Eylül sayısında Avrupa'nın en gözde 100 Start-Up'ını kapağına taşıdı. Tam da bizim "Türkiye'de start-up olmak" kapak konumuzu hazırladığımız günlerde... Derginin editörü David Rowan editör yazısında "Bugünün hızla büyüyen start-up'larının yarının büyük şirketleri olmayacağını nereden bilebiliriz ki? Yap-

tığımız uzun araştırmalardan sonra, Londra, Berlin, İstanbul, Paris, Tel Aviv, Moskova, Stockholm, Barselona, Helsinki ve Amsterdam'ın Avrupa'nın yükselen ülkeleri olduğunu gördük" diyordu. Rowan'a göre bu ülkelerden çıkan start-up'ların Silikon Vadisi'ndekilere rakip olması için hiçbir engel yok.

WIRED, bunun yanı sıra İstanbul için hazırladığı özel sayfalarda son dönemde en fazla dikkat çeken 10 internet girişimini de okuyucularına tanıtıyor. Lidyana, Inploid, Markafoni, Trendyol, Peak Games, Enmo-

da, Evmany, Zizigo, Tasit.com, Markmost derginin en başarılı bulduğu internet girişimleri arasında yer alıyor.

Peki İngiltere'den bakıldığında Türkiye'deki girişim ekosistemi böyle görünürken, biz ne görüyoruz? Başta da söylediğimiz gibi girişimcilik, özellikle de internet girişimciliği ülkemizde bir kariyer seçeneği olarak görülmeye başladı. Özellikle Mark Zuckerberg (Facebook), Jack Dorsey (Twitter, Square) gibi girişimcilerin oldukça "genç" bir yaşta kazandığı milyon dolarların bu alana ilgiyi artırdığı bir gerçek.

"Neden olmasın?" diyenler arttı

Artık "Aslında iyi bir fikrim var ama nerede bende o şans!" diyenler yerini "Neden olmasın?" diyenlere bırakmaya başladı ki bu ülkemizdeki girişimcilik ekosisteminin geleceği açısından oldukça önemli bir gelişme. Elbette başarı hikayelerinin artması girişimcilerin adrenalinin artmasındaki en önemli etkenlerden biri. Bu kavramların yeni yeni konuşulmaya başladığı zamanlara, 2001-2002 yıllarına dönüp, hatırlayacak olursak, girişimleri hayata geçirme konusunda çok önemli bir yol kat ettiğimizi söylemek mümkün.

eBay tarafından satın alınan GittiGidiyor, Rusya ve Ortadoğu'daki yatırımlarıyla global oyunculuğa soyunan Yemeksepeti, Güney Afrika merkezli medya şirketi Naspers tarafından çoğunluk hissesi satın alınan Markafoni, Sahibinden.com, Hepsiburada, Kariyer.net, Maçkolik gibi, artık "ağabey" olarak nitelenen girişimler ve elde ettikleri başarılar bugünün genç girişimcilerinin cesaretini artırıyor elbette. Üstelik bugünün girişimcilerinin internet kullanımı ya da tüketicisi açısından çok daha "bereketli" bir coğrafyaya doğduğunda hesaba katmalıyız.

Psikolojik faktörler öne çıkıyor

Uzun lafın kısıası Türkiye'de girişim-yatırım ortamı her geçen gün iyiyi gidiyor. Yatırımcı sayısına bakıldığında da gözle görülür bir artış görüyoruz. Özellikle yabancı yatırım gruplarının Türkiye'deki internet projelerine ilgisi malum. Bunun yanı sıra



ABD'deki 10.000 girişimden 1,000'i ayakta kalıyor, 100'ü kâr ediyor, 10'u bilindik bir marka oluyor, 1'i de Twitter, Facebook gibi dünyayı bir oranda değiştiren projeler geliştiriyor.

Endeavor, TÜBİSAD, TOBB gibi sivil toplum kuruluşlarının çabası da göz ardı edilemez. Peki hala neden "dünya çapında" ün kazanacak bir girişim çıkaramadık sorusunun yanıtı ise biraz detaylarda gizli. Konunun uzmanları bu sorunun ilk ve en önemli yanıtının bazı psikolojik ve sosyal nedenlerden kaynaklandığı görüşünde hem fikir.

Türkiye'deki girişimlere bakıldığında birçoğunun e-ticaret sektörüne yönelik projeler olduğunu görüyoruz. Bilindiği üzere Türkiye 2011 yılında en hızlı büyüyen e-ticaret pazarları arasında ikinci sıraya yükseldi. Tabii bunda (Trendyol ve Peak Games gibi başarılı girişimlerin kurucusu Sıdar Şahin'in de dediği gibi) e-ticaretin bir "eğlence" olarak görülmesinin de payı var. Bu da özellikle dikey e-ticaret girişimlerinin sayısında ciddi bir artışa neden oluyor. Sektördeki bir diğer önemli soru işareti de bu girişimlerine ne kadar "sürdürülebilir" olduklarıyla ilgili. Uzun yıllardır "girişimcilik" deyince akla ilk gelen isimlerden biri olan Etohum Kurucusu Burak Büyükdemir, son dönemde yaşanan gelişmelere ilişkin şunları söylüyor: "Bugüne kadar özellikle e-ticaret alanına odaklanmış yerel bir girişim ekosistemi oluştu. Daha işin başında olduğumuz için bu süreci doğal karşılıyorum. Ancak önümüzdeki yıllarda sadece ülke içinde değil, tüm dünyada başarılı olabilecek girişimler çıkarmamız gerekiyor. Bunlara 'katma değeri yüksek' veya 'yüksek etkili' girişimler diyebiliriz. Yatırımcıların ülkemize ilgilerinin oldukça yüksek olduğunu görmemize rağmen istediğimiz girişimci akışını sağladığımız söylenemez. Girişimciliğin başında olduğumuz için ekosistem ve kültür yeni oluşuyor. Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişmiş bir sistemi 3-4 senede kopyalayamayız mümkün değil. Zamana ve çok çalışmaya ihtiyacımız var" diyor.

"İşsiz" gözüyle bakıyoruz

Burak Büyükdemir'e göre, sadece Türkiye değil, başlangıç aşamasındaki girişimler için coğrafyadan bağımsız olarak engellerin bir kısmı aynı. Farklılıklar, ülkenin kültürü ve ekonomisine göre değişebiliyor. Başlangıç aşamasındaki girişimciler, eğer tecrübeleri yoksa çok fazla hata yap-

Ekim Nazım Kaya

Botego Kurucu Ortağı



Kurumsal alanda da fırsat var

"Bir ülkede potansiyelin büyük olması hep bir avantaj olarak anılır. Ben ise kurumsal alanda fırsatların fazla olduğunu düşünüyorum. Büyük şirketlerin işleyişini daha verimli kılacak servisler geliştirmek için, bu şirketlerde çalışmak yeterli olabilir. Bu ihtiyacı görebilerseniz, geliştirdiğiniz ürünü çok küçük uyarlamalarla pek çok büyük şirkete satabilirsiniz. Bunun dışında, henüz olgunlaşma aşamasındaki bir pazarda ilk oyuncular olmak, bazen kendi başına avantaj olabiliyor. Yeter ki çok kirlenmemiş, niş bir alan bulunabilsin."

Start-up'larda en sık yapılan hatalar

- » Yatırımı bir "araç" değil bir "amaç" olarak görmek,
- » Çok küçük bir pazara oynamak, nakit akışını sağlayamamak,
- » Ürün çıkarmak için adım atmak yerine yatırıma bel bağlayarak vakit kaybetmek,
- » Ekiplerin uyumunu sağlayamamak,
- » Hedeflerin belirlenmesi ve bunu kısa sürede gerçekleştirme eksikliği,
- » İşin önündeki sorunları görüp bunlara çözüm aramak yerine bahaneler bulmak,
- » Gerekli heyecanı ve isteği göstermemek,
- » Gelir modelini sağlıklı bir şekilde düşünmemek,
- » Basında görülen başarı hikayelerinin fazla etkisinde kalmak,
- » "Sihirli değnek" beklemek.



biliyor veya bilgi eksikliği nedeniyle bekledikleri gibi ilerleme kaydedemeyebiliyorlar. "Bunun için mentor ve akıl hocaları ağının oluşması, girişimcilerin sıkıştıkları noktada bu kişilere danışabilmeleri gerekiyor" diyor Büyükdemir ve ekliyor: "Türkiye'de şirket kurmak çok kısa bir süre içinde gerçekleşiyor ama bir Ltd. veya A.Ş.'yi kapatmak yıllar alabiliyor. Bu bakımdan girişimcilerin ürünlerini çıkartıp fatura keser hale gelmeden şirket kurmalarını önermiyoruz. Erken aşamadaki şirketlerin fonlanması sorunu hâlâ devam ediyor. Henüz risk sermayesi konusunda hukuksal bir altyapımız olmadığı için bu durum girişimcilere yapılacak yatırımların önünde engel teşkil edebiliyor. Kültür hala girişimcilere 'işsiz' gözüyle bakarken, eğitim sistemimiz de üniversite mezunlarının şirketlerde çalışmasını istiyor. Durum böyleyken mezunların kendi işlerini başlatmaları oldukça zor oluyor."

Peki bunca olumsuzluğa karşın Türkiye'de start-up olmanın hiç mi iyi bir yanı yok diye soruyoruz Burak Büyükdemir'e. Yanıt veriyor: "Türkiye büyük bir pazar. Hangi ürünü veya hizmeti geliştirirseniz

geliştirin, onu hayata geçirmeden önce test etmek için en uygun ülkelerden biri. Elinizde küresel boyutta bir proje olmasa bile, ekonomimiz ve nüfuzumuz çok büyük olduğu için yerel projeler bile kolaylıkla büyüyebiliyor."

Bugünün sermaye sahipleri, "yatırım" kavramını yanlış anlıyor ve yeni girişimlere yüksek yüzdelerle ortak olmak istiyor. Bu da henüz yeni oluşan girişimcilik ekosistemini kötü etkiliyor.

Yatırımcı şart değil!

Botego Kurucusu ve "Kaldıraç Etkisi" projesinin yaratıcısı Ekim Nazım Kaya'ya göre ise Türkiye girişim-yatırım ekosisteminde doğal bir gelişme süreci yaşanıyor. Girişimciler daha girişken, yatırımcılar daha aktif. Alınacak çok yol var, ama ilk adımların küçük atılması normal.

"Her iki taraf için de bir deneme-yanılma döneminden bahsedebiliriz" diyor Kaya.

Ekim Nazım Kaya sektörde göze çarpan temel yanlışları "deneyim eksikliği" başlığı altında gruplamanın mümkün olduğunu söylüyor. Kaya'ya göre ekip kurmak, ürün çıkarmak, satış-pazarlama, kaynak yönetimi gibi başlıklarda genel prensipler belli. Uygulamadaki muhtemel hataları gidermenin yolu deneyimden geçiyor. "Ya kendi deneyiminiz, ya ekip arkadaşlarınızın, ya da yatırımcınızın-mentorunuzun deneyimi. Hiçbiri yoksa, hata yapma riski artıyor. Türkiye'nin şartlarına göre edinilmiş deneyimler bu yüzden çok değerli. Bunun yanında, altyapıdan kaynaklanan eksiklikler, deneyimli olsanız bile kaynaklarınızı tüketebiliyor. Bu da ancak zamanla düzelebilecek bir durum" diyor. Görünen o ki Türkiye'de start-up olmak kolay değil. Hem girişimci hem de yatırımcıların önünde gidilecek uzun bir yol var. Ancak tablo eskisi kadar da iç karartıcı değil, sivil toplum kuruluşları ve yatırım gruplarının Türkiye'ye ilgisi arttıkça daha profesyonel yaklaşımları ve uluslararası düzeyde ses getirecek projeleri duyacağımız aşikar. Sabırsızlıkla bekliyoruz!

Burak Büyükdemir

Etohum Kurucusu



Hızlı hareket etmemiz gerek

"Özellikle son 2-3 senedir girişimcilik konusunda bir hareketlenme olduğu doğru. Ancak tüm bu girişimler, daha yolun başında olduğumuzu gösteriyor. Türkiye gibi büyük bir ekonomide bu tür hareketlemeler çok doğal. Daha büyük bir ivmeye ihtiyacımız var. Çok daha hızlı hareket etmemiz ve katma değeri yüksek girişimler çıkartmamız gerekiyor."

BAŞARI HİKAYELERİ ARTIYOR

Aslı Gökdere / Evmany.com

İzmir doğumlu olan Aslı Gökdere, İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Uluslararası İlişkiler lisansını tamamladı. İşletme yüksek lisansına devam ediyor. Kariyer.net, Hürriyet ve Fikrimuhim.com gibi kuruluşlarda çalışan Gökdere, girişim projesi Evimizinherseyi.com'u 2009'da hayata geçirdi. Gökdere'nin, 2011 senesinde Evmany.com olarak isim değişikliğine götürdüğü markası, "Türkiye'nin ilk Ev Yaşam, Dekorasyon ve Alışveriş Portalı" konsepti ile yayına başladı. Gökdere'nin, Evmany.com'da CEO'luk görevinin yanı sıra e-ticarete olan ilgisi 2011 senesinin son aylarında farklı bir dikey e-ticaret modeli olan abonelik sistemine dayalı Abonekit.com ile devam etti. Kişilerin ilgi alanlarına veya ihtiyaçlarına yönelik sürekli ürün tedariki anlamında Türkiye'de bir ilk olan proje Abonekit.com için çalışmalarını Stratejik Planlamadan Sorumlu Ortak olarak sürdürüyor.



Haluk Akın / Pembepanjur.com

Haluk Akın, ortağı Seda Berber'le Pembepanjur.com'u Ocak 2010'da hayata geçirdi. "Uzun süreli ve ciddi ilişkiye" yönelik bilimsel eşleştirme servisi sunan Pembe Panjur, "kişiyi özel karakter analizi" tabanlı eşleştirme sistemiyle çalışıyor. Üyeler arasında eşleştirmeyi gerçekleştiren matematiksel altyapı, üyelerin davranışlarının veri madenciliğiyle incelenmesi sonucunda ortaya çıkan bilgiler ışığında sürekli geliştiriliyor. 2012 sonuna doğru kayıtlı üye sayısı 1 milyona yaklaştı.



Elif Coşkun / Dekoreko.com

2 Ağustos 1980 İstanbul doğumlu olan Elif Coşkun, Saint Benoit Fransız Lisesi'nden sonra Galatasaray Üniversitesi'ni İ.B.F. İşletme Bölümü'nden mezun oldu. 1955 yılı kuruluşlu Bursa Birlik Nakliyat A.Ş.'de önce Uluslararası Nakliyat daha sonra lojistik departmanlarında çalıştı. Coşkun, 2009 yılında şirket bünyesinde uzun dönem

araç kiralama departmanı kurulması kararından sonra kuruluş ve geliştirme aşamalarında yönetici olarak yer aldı. Genç Yönetici İş Adamları Derneği (GYİAD) ve TOBB İstanbul Genç Girişimler Kurulu üyesi olan Elif Coşkun, şu anda Kurucu Ortağı olduğu, ev dekorasyonu üzerine dikey private shopping sitesi olan Dekoreko.com'da çalışıyor.

Mustafa Acet / İndirdik.com

İnternet ve bilgisayar ile küçük yaşlardan beri iç içe olan Mustafa Acet'in, ilk işleri çevresindeki yakınlarının ve firmaların web sitelerini yapmak oldu. 2004 yılında Circus Interactive'i kurdu. Bu ajansıyla 2007 yılında Pazarlama ve İletişim kategorisinde Altın Örümcek ödülünü kazandı. Sonrasında İstanbul Üniversitesi'nde öğrenciliğinin ilk yılında sadece harçlıklarını biriktirerek bendeistiyorum.com'u kurarak hayalini gerçekleştirdi. 2010 yılında ise gittigidiyor.com kurucularından yatırım alan Mustafa Acet, büyümeye indirdik.com olarak devam ediyor.

Tuğberk Keselioğlu / Malzemem.com

İstanbul Köy Hizmetleri Anadolu Lisesi'ni bitirdikten sonra 2005'de Yıldız Teknik Üniversitesi'nden Çevre Mühendisi olarak mezun oldu. Reel sektörde catering, organizasyon, elektronik gibi farklı alanlarda Monte Verde, BKM, Gest Elektronik gibi firmalarla çözüm

ortağı şeklindeki girişimleri ile bireysel sermayesine katkıda bulundu. Mec Reklam adına otobüslerde tutacak reklamının Türkiye patentinin alınmasını sağladı. Daha sonra, Marmo Makine ve Altiyaldız Uzak Sistem firmalarında mühendis olarak çalıştı. 2007 yılında iki ortak olarak Malzemem.com'u kurdu. Mühendislik bilgisi ve tecrübesi ile ürün ağı, tedarikçi anlaşmaları ve teknik bilgi kaynağı gibi konularda çalışıyor.

Serkan Hondur / OyuncakDenizi.com

1980 İstanbul doğumlu, Çağaloğlu Anadolu Lisesi, İTÜ Jeoloji Mühendisliği ve İTÜ MBA mezunu olan Serkan Hondur, 2009 yılından beri OyuncakDenizi.com ile uğraşıyor. Hondur, iş hayatına mühendislik ile başlasa da daha sonra şantiyelerde yapamadığını farkedip mühendisliği bıraktı ve bir süre ne yapacağım diye düşünürken arkadaşının tavsiyesiyle e-ticaret dünyasına adım attı. Serkan Hondur, 2009 yılının başından beri OyuncakDenizi.com'da çeşitli görevlerde çalışıyor.



Hakan Baş / Lidyana

İnternet dünyası kendisini yerli Mark Zuckerberg olarak tanımlıyor. Cornell Üniversitesi'nde ekonomi okumuş, sonrasında Yale'de MBA yaptı. Türkiye'ye dönüp, Avusturyalı yatırım bankası Raiffeisen Investment'da çalıştı. Canan Kozmetik ve TGRT'nin satış işlemlerini yöneten ekipte yer aldı. Garanti Bankasında Vice Presedent olarak

çalışmaya başladıktan 20 gün sonra istifasını verip, Sıdar Şahin ile birlikte Peak Games'i kurdu. Facebook'un tüm dünyada tercih edilen pazarlama geliştirici ajansı olan dijital ajans Krombera'nın da kurucu ortağı olan Hakan Baş, yaklaşık 2.5 ay kadar önce takı ve aksesuar sitesi Lidyana'yı kurarak, e-ticarete başladı. Üstelik Lidyana'da Türkiye'nin en başarılı internet girişimcilerinin (Sina Afra, Nevzat Aydın) yanı sıra, Arda Turan, İsmet Öztanık, Safet Ulusoy gibi isimleri bir araya getirdi. Kuruluşunun üzerinden çok kısa bir zaman geçmesine rağmen, Lidyana, yabancı yatırımcılar yoğun ilgi gösteriyor.

Onur Karıcı / Gamester.com.tr

1983 yılında İzmir'de doğan Onur Karıcı, ortaokul ve liseyi İzmir Bornova Anadolu Lisesi'nde okuduktan sonra İTÜ İşletme Mühendisliği Bölümü'nden 2006 yılında mezun oldu. Karıcı, çalışma hayatına Milupa Pazarlama Departmanı'nda başladıktan sonra 2007'de Marka Yöneticisi olarak Project House bünyesine katıldı. Bu süre içerisinde Tefal, Powerade, Mercedes-Benz, Pınar, Honda, P&G, Total gibi markalara dijital pazarlama stratejileri ve dijital pazarlama kampanyaları geliştiren Onur Karıcı, mobil pazarlama ve Advergama dikeylerinde uzmanlaştı. Karıcı, şu anda Türkiye'nin ilk sosyal oyun şirketlerinden biri olan Gamester'in Kurucu Ortağı olarak iş hayatına devam ediyor.



Sıdar Şahin / Peak Games

Sıdar Şahin ve Hakan Baş tarafından Kadıköy Moda'da bir apartman dairesinin bodrum katında başlayan Peak Games, şimdilerde sosyal oyun pazarının en büyükleri arasında. Gelişmekte olan Türkiye, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarında en büyük ve büyüme hızı en yüksek sosyal oyun firmasıdır. Dünyanın en dinamik

oyun pazarlarından birinde 30 milyonun üzerinde aktif kullanıcısı bulunan Peak Games, şu anda global pazardaki en büyük 3 sosyal oyun şirketinden biridir.