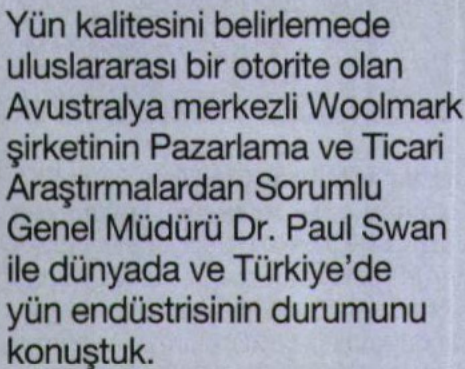


Dr. Paul Swan

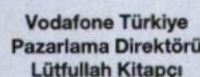


Yün talebi hızla yükseliyor. Çin'de zengin sayısı hızla artıyor çünkü. Türkiye'de de orta sınıfın ciddi şekilde büyüdüğünü görüyoruz. Burada da insanlar sentetik giysiler yerine yün gibi organik, dolayısıyla daha pahalı ürünlerden yapılmış kıyafetleri tercih ediyor.

İşin arz tarafı biraz karışık. Dünya-da yün üretimi deyince akla gelen yer Avustralya. Dünya yün üretiminin dörtte birini gerçekleştiriyor Avustralya. Onu Çin ve Güney Amerika izliyor. Ancak dünya yün üreticileri çok ciddi bir açmazla karşı karşıya: Tüm dünyada et tüketimi artıyor. Tüm dünyada et

–Güneş Kömürcüler

Aydın'da yaşayan bir çiftçiye gelen telefon bunun ilginç bir örneği. Çiftçinin SMS ile verdiği ilan sonrasında Japonya'ya ürün satan bir firma onu arar ve böylelikle bir SMS ile Japonya pazarına ulaşmış olur. Peki sistem nasıl çalışıyor? Vodafone Çiftçi Kulübü'ne



Şirketler&Sektörler

üye çiftçilerin gönderdikleri sms'ler Tarımsalpazarlama.com'da ilan olarak çıktığı gibi KÖY TV'de de altyazı olarak geçiyor. Vodafone Türkiye Pazarlama Direktörü Lütfullah Kitapçı, "Bizim aracılığımızla çiftçilerimiz yaklaşık 6 milyon TL'yi aşkın ekonomi yarattı" diyor. Şirketin Türkiye'de hayata geçirdiği bu Çiftçi Kulübü uygulaması kısa sürede 650 binin üzerinde çiftçiye ulaşarak ve Vodafone genel merkezinin de dikkatini çekiyor. Nitekim şirketin Global CEO'su Vittorio Colao şubat ayında gerçekleşen Barcelona'daki GSMA kongresinde bu çalışmaya da konuşmasında yer verdi.

Çiftçilerin tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de istidamdaki payları yüksek iken GSYİH'dan aldıkları pay sınırlı. Çiftçiler mobil teknolojilerden faydalanarak verimliliklerini artırabilirler. Lütfullah Kitapçı, "2020'ye kadar mobil uygulamaların etkisi ile tarımda 140 milyar dolarlık bir ekstra değer yaratılabileceği tahmin ediliyor" diyor.

Üstelik mobil teknolojilerin kullanımı çiftçilerin zararların da önüne geçmesi için önlemler almalarını sağlayabilir. Mart 2009'da Malatya'da yaşanan bir don olayı o bölgede yaşayan çiftçilerin toplam gelirlerinin yüzde 57'sinin yok olmasına neden olabiliyor. Oysa ki, internetten sürekli bölgedeki hava tahminlerini en güncel şekilde takip ederek bu tür sonuçlara önceden önlem alınabilir.

Ancak Türkiye'de çiftçilerin internetle çok sıkı fıkı bir ilişki içinde oldukları söylenemez. Intel Türkiye Genel Müdürü Burak Aydın araştırma ile ilgili olarak Intel ve Tarımsalpazarlama.com'un gerçekleştirdiği araştırmaya katılan çiftçilerin yarıdan fazlası yüzde 56,37'si internet kullanmadıklarını belirtiyor. "Tarım sektörü de günümüz modern dünyasında verimlilik artışı için bilgisayar ve teknolojiye daha etkin yararlanmak durumunda. Bu araştırma çiftçilerimizin de bu alanda kendilerini geliştirmeye açık olduklarını ortaya koyuyor" dedi. Ancak

kapılarını internete de kapamış değil. Yine aynı araştırma katılan internet kullanıcılarının yüzde 79,5'si internet üzerinden çiftçilikle ilgili sorunlarına çözüm bulmayı istediğini ifade ediyor.

Vodafone şimdi daha fazla çiftçiye ulaşmak için Çiftçi haftasının olduğu hafta çiftçilere yönelik uygulamaların yüklü olduğu Samsung Galaxy Pocket telefonu pazara sürüyor. Telefonla verilen çiftçi kılavuzu uygulaması ile çiftçiler yetiştirdiği ürün ve yaşadığı bölgeye yönelik bilgileri düzenli olarak alabilecek. Böylece de verimliliklerini artırırken belki de Aydın'lı çiftçi gibi hayatında görmediği, dilini bilmediği ülkelere ürünlerini satabilecek.

—Osman Kurt

Sözün Özü: Çiftçiler artık yabancı pazarlara bir SMS kadar uzaktalar. Vodafone'un hayata geçirdiği Çiftçi Kulübü sayesinde ürünlerini sadece bir SMS atarak yerli ve yabancı pazarlara internet aracılığıyla pazarlama imkanına ulaşıyor.

İnternet

Fikre Değil Girişimciye Bakılıyor

► Etohum platformu, bu yıl 15 girişime ortak oldu

► Girişimlerin yüzde 30'u ölüm vadisi denilen noktada kalıyor

Grupanya.com, Balerin.com, Pembepancur.com, Pabbuc.com, İndirdik.com gibi son dönemin popüler e-ticaret sitelerinin ortak bir noktası var: Etohum. İnternet girişimciliğini desteklemeyi amaçlayan Etohum platformu kurulalı yaklaşık dört yıl oldu. Bu süreçte 150 kadar girişimciye destek oldular. Sadece 2011 yılında 50'yi aşan toplantı ve etkinlik düzenlediler. 200'e yakın konuşmacı, 10 binin üzerinde katılımcı ağırladılar ve bu toplantıları canlı yayında 100 bin kişi izledi. 2011 içinde Etohum'a 3 bine yakın girişimci, bin 500'e yakın girişim başvuru yaptı. Bunların yaklaşık 300 tanesiyle mülakat yapıldı. 40 girişim seçildi, bunların yatırıma en uygun olan 15'i şubat ayında Rixos Otel'de yapılan özel bir kampta internet uzmanları ve yatırımcılardan eğitim aldılar.

"Bu eğitim sürecinde edindiğimiz tecrübelerin bize çok büyük katkısı oldu" diyor ilk 15'e giren girişimlerden Dekore-

Lastmoon Games'in kurucusu
Levent Ahmet Sevgili



dekoreko.com'un kurucularından
Zeynep Akın

ko.com'un kurucularından biri olan Elif Coşkun. Dekoreko.com, Etohum'dan aldığı desteği başarıya ulaştıran bir girişim. 2011 Mayıs ayında Galatasaray Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun Elif Coşkun ve Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun Zeynep ve Akın kardeşler tarafından kurulan Dekoreko.com, ev dekorasyon ürünlerine odaklanan kapalı ve dikey özel alışveriş kulübü. Yayına geçtiği yaklaşık bir yılda hızlı bir çıkış yakaladı site. Bugün yaklaşık 200 bin üyesi var. 2 bin çeşit ürünün olduğu sitede her gün 25 kampanya düzenleniyor. "Üç kişiyle başladık, bugün 12 kişi çalışıyor" diyor Zeynep Akın. Dekorasyon gibi rekabetin yoğun olduğu bir alanda farklılaşarak başarıyı yakaladıklarını söylüyor Elif Coşkun. Örneğin internetten ödeme yapmaya çekinenler için ilk kez kapıda ödeme seçeneği koymuş genç girişimciler. "Daha hızlı büyümek için yatırım arıyoruz. Sektörün en büyük ev dekorasyonu şirketi olmak istiyoruz" diyor Coşkun.

2012'nin dikkat çeken girişimlerinden biri de mobil oyun geliştirme şirketi Lastmoon Games. Doğu Üniversitesi'nde bilgisayar mühendisliği bölümünden mezun olan Levent Ahmet Sevgili ta-



Etohum'un
kurucularından
Burak Büyükdemir

dekoreko.com'un
kurucularından
Elif Coşkun

rafından kurulan Lastmoon Games, kendi geliştirdiği yazılım altyapısıyla kısa sürede hızlı oyun üretme yeteneğine sahip. Lastmoon Games, dünyanın en büyük video ve bilgisayar oyunu üreticisi ve yayımlayıcısı ABD'li Electronic Arts'la (EA) anlaşılan ilk Türk firması oldu. Lastmoon Games'in ilk oyununun dağıtımını Electronic Arts yapacak. "Temmuz gibi oyun bitecek ve EA'yla yaptığımız anlaşma sayesinde tüm dünyaya yayılacak" diyor Levent Ahmet Sevgili ve ekliyor: "Hedefimiz oyunun ilk yıl 1 milyon kez indirilmesi." Şirket, geliştirdiği fizik motoru ve oyun editörüyle beraber yılda 10 mobil platform oyunu üretmeyi hedefliyor.

2011 Mayıs ayında İTÜ Bilişim Sistemleri mezunu Dinemis Sabancıoğlu ve Boğaziçi Üniversitesi Küresel ve Uluslararası İlişkiler bölümü mezunu Çiçek Çizmeci tarafından kurulan Mija ise Türkiye'nin ilk bağımsız internet giyim markası. Çiçek Çizmeci'nin moda konusunda akademik ve sektörel tecrübesiyle Dinemis Sabancıoğlu'nun teknoloji ve yazılım konusundaki birikimiyle ortaya çıkan Mija, kendi tasarladığı ve ürettiği ürünleri, kendi web sitesi üzerinden satıyor. İki girişimcinin amacı Zara,

H&M gibi bir markayı online ortamda yaratmak. Çanta ve aksesuar ürünlerini satan dikey e-ticaret sitesi Millandfashion.com, e-öğrenme projesi İyibilir.com, akıllı bir sanal gardırop olan Giysicini.com, gerçek zamanlı ve lokalizasyon tabanlı mobil kupon platformu Etrafımda.com Etohum'un desteklediği diğer projelerden bir kaçı. Etohum'un kurucularından **Burak Büyükdemir**, mobil ve oyun sektörüne yönelik girişimlerin arttığını söylüyor ve merkez olarak görülen İstanbul'un yanı sıra Ankara'dan da çok sayıda katılımcı olduğuna dikkat çekiyor.

İlk başta tüm girişimler son derece umut verici görünse de istatistiklere göre her sene seçilen girişimlerden yüzde 50'si kapanıyor. Yüzde 30'u ölüm vadisi denilen noktada kalıyor. Yani ne yatırım alıp büyüyebiliyor ne de kendi sermayesiyle büyümeyi başarıyor. Girişimlerin yalnızca yüzde 20'si başarılı oluyor. Etohum'un amacı elbette daha fazla sayıda girişimcinin başarılı olmasını sağlamak, zira platformun iş modeli de girişimcilerin başarısına bağlı. Tohum aşamasındaki şirketlerin fonlanması henüz yeni bir model ve Etohum bunun ilk örneklerinden biri. Şu anda

büyük oranda sponsorların desteğiyle ayakta duran Etohum, girişimler arasından seçilen 10 kişiyle birlikte bir anonim şirket kurdu. "Bu yıl 15 şirket seçtik ve onlarla ortaklık sözleşmesi yaptık. Onları da anonim şirkete çevirip yatırım almalarını sağlamayı hedefliyoruz" diyor Etohum'un kurucularından **Burak Büyükdemir**.

Elbette son derece başarılı örnekler de var. Pembepanjur.com ve Gideros Mobile 2011 yılı içinde Etohum'dan, Türkiye'nin önde gelen internet girişimci ve yatırımcılarıyla oluşturulan fondan destek aldı. 2010 yılında Etohum 15'e seçilen Grupanya.com, temmuz ayında Intel Capital'den ikinci yatırımını aldı. 2011 yılında Etohum 40 girişimlerinden malzemem.com Tiger Global'den yatırım alarak yoluna evidea.com olarak devam ediyor. İş ortaklarından Bilyoner, 2011 başında fırsat sitesi oyuncuları Grupca.com'a yatırım kararı aldı. Ortaklık gerçekleştikten sonra girişim Bombastik.com olarak yoluna devam ediyor. Nokia'yla beraber oluşturulan fondan; Gamester, Alisverisrobotu ve Animalwars'a tohum destekleri sağlandı. Katılımcı profilinin her sene biraz daha gelişmesi de internet dünyası için Etohum'un önemini artırıyor. Dijital Büro İstanbul'un Genel Müdürü Uğur Şeker, başarılı işler çıktıkça Etohum'un daha da büyüyeceğini söylüyor ve ekliyor: "Umarım bu tarz yapıların sayısı daha da artar ve bölgesel bir güç haline gelmesinde de önemli bir rol üstlenmeye çalışırlar." Projenin önemli destekçilerinden ve Grupanya'nın yatırımcılarından Cem Sertoğlu, "Girişimciliğe çok faydası olduğunu düşündüğüm bir organizasyon. Bence ekosisteme çok faydalı bir rolleri var. Yapıcı bir öneri olarak, etkinliklerini daha da çok şehre yayabileceklerini umuyorum" diyor.

Etohum'un büyüüp serpilmesi çok sayıda girişimciye ulaşılması, bu girişimlerin başarılı olmasına bağlı. Bu nedenle girişimci seçimlerinde son derece özenli davranılıyor. Hatta genel kanının aksine iyi bir fikre sahip olmak yeterli değil. "Fikre değil girişimciye bakıyoruz" diyor **Burak Büyükdemir** ve ekliyor: "Projenin farklı olması, pazar koşulları önemli, ancak iyi bir girişimci ve ekip tüm bu faktörleri yönetebilir."

—Ayşegül Sakarya

Sözün Özü: Pek çok girişimin büyüüp serpilmesine destek olan Etohum, dördüncü yılında yatırımlarına hız veriyor.