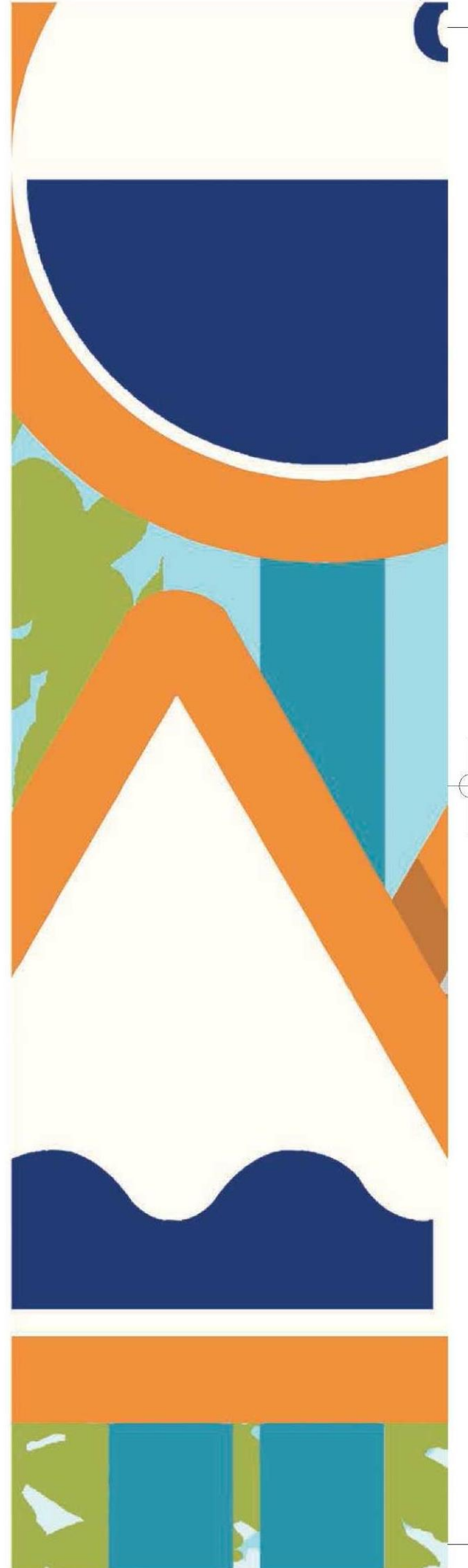




FIRSAT VAR MI?

Türkiye, bir “turizm cenneti” ancak yatırımcıların halen ulaşamadığı lokasyonlar var. Lojistikte çoklu taşımacılığın en önemli ayaklarından biri olan demiryolları, gerektiği kadar gelişemedi. Yani demiryoluna odaklananlar için hala şans var. GSM’de bulut bilişim, bankacılıkta dijital segment, bilişimde online güvenlik, gayrimenkulde ise ofis kentler, henüz yatırım yapılmamış alanlar arasında. Özetle birçok sektörün farklı segmentlerinde, çeşitli nedenlerle yatırım yapılmamış, yatırımcılar açısından fırsat barındıran alanlar var. İşte o alanlar...

● YASEMİN ERDOĞAN yerdogan@capital.com.tr







"A nadolu, dün kullanamadığı zenginliklerini kullanabilir hale getirme yolunda önemli mesafeler kat ediyor. Bir zamanlar ulaşamadığımız illerimize, ulaşma imkanına sahip oluyoruz. Barış sürecinin sonuçlanmasıyla birlikte müthiş bir potansiyel kullanılabilir hale gelecek."

İş insanı Nafi Güral, barış süreciyle birlikte Doğu ve Güneydoğu'da yaşanan gelişmelerin, özellikle turizm sektörüne etkisinin büyük olacağına inanıyor. Şimdiye kadar atıl kalan, değerlendirilememiş, yatırım yapılamamış fırsatlara, bu sayede kavuşulabileceğini söylüyor.

Aslında bu "bakir alan" konusu, sadece turizm için değil, diğer sektörler için de geçerli. Çünkü hemen her sektör, kendi dinamikleri içinde, belli nedenlerle "ge-

LOJİSTİKTE FIRSAT NEREDE?

Lojistik, pazar potansiyeli açısından son derece çarpıcı rakamlara sahip bir sektör. 2013 için yurtdışı potansiyelin 108 milyar dolar, yurtiçi potansiyelin ise 70 milyar dolar olduğu tahmin ediliyor. 2013 sonu pazar büyüklüğü beklentisi ise 28 milyar dolar. Ancak uzmanlara göre her sektörde olduğu gibi lojistikte de yeterince yatırım yapılmamış alanlar var.

Omsan Genel Müdürü Osman Küçükertan'a göre bunların başında envanter yönetimi ve üretim lojistiği geliyor. "Envanter yönetimiyle şirketler, depolarda ve bayilerde daha az stok tutulmasını sağlayarak müşterilerine önemli bir maliyet avantajı sağlayabilir. Üretim lojistiğinin gelişmesiyle ise üretim şirketleri esas faaliyetlerine odaklanırlar" diyor Küçükertan, bir diğer fırsatı şöyle anlatıyor:

"Henüz Türkiye'de verilmeyen başka bir segment de MRO (bakım, onarım ve operasyonlar lojistiği). Bu segmentte büyük makine parkı bulunan ve yüklü stok

9 sektörde fırsat noktaları

Sektör	Yatırım yapılmamış alan	Neden potansiyel var?
Bankacılık	Dijital ve mobil bankacılık	Mobil abone sayısı 68, 3G abone sayısı 44 milyon. 11 milyon mobil internet kullanıcısı bulunuyor.
Bilişim	Online güvenlik	İnternet kullanımının artması ve siber saldırı riski, hem bireysel hem kurumsal düzeyde güvenlik ihtiyacını artırıyor.
E-ticaret	B2C	Tüketicie dönük satışlarda gidecek çok yol var. Özellikle e-ticaretin niş segmentleri eksik (<i>otomotiv yedek parça gibi</i>).
GSM	Bulut bilişim ve M2M	M2M hatlarının toplam GSM hatlarına oranı 2011'de yüzde 2,3. Bu oranın 2020'de yüzde 19'a yükselmesi bekleniyor.
Hazır giyim	Nano teknoloji	Sektördeki talepler ve rekabet, üreticileri katma değeri yüksek ürünlere, AR-GE'ye ve nano teknolojiye yöneltiyor.
İnşaat	Ofis kentler	Yabancıların teknolojik ofis tercihi öne çıkıyor. Teknoloji, medya ve telekomünikasyon (TMT) temalı ofis kentler önemli bir fırsat.
Lojistik	Demiryolu	Multimodal (<i>çok modlu</i>) ve intermodal (<i>modlararası</i>) taşımacılığın en önemli ayaklarından biri. Önemi giderek artıyor.
Telekomünikasyon	Genişbant altyapı	2016 itibarıyla tüm internet trafiğinin yüzde 90'ı ve mobil veri trafiğinin 3'te 2'si video olacak. Akıllı ev konsepti önemli bir fırsat.
Turizm	İç turizm ve Anadolu kentleri	Sağlık, inanç, güzellik, termal, kültür turizmi gibi şimdiye kadar öne çıkmamış segmentlerde ilerlemek mümkün.

ri kalmış" alanlar var. Örneğin Türk tekstilciler için nano kumaşlar, henüz çok yeni bir alan. Geç kalınmasının nedeni ise yeterince AR-GE yatırımlarının olmaması.

Bankacılıkta ise dijital segment, yeni rekabetin adresi olacak gibi görünüyor. Hanelerin yüzde 65'inde internet erişiminin olduğu düşünülürse mobil ve dijital bankacılığın keşfine çok da şaşırılmamak gerekiyor.

Farklı sektör temsilcilerine göre GSM'de bulut bilişimin, e-ticarette B2C segmentinin, inşaatla ise "temalı ofislerin" yatırım açısından daha gidecek çok yolu bulunuyor.

İşte farklı sektörlerde bakir kalmış, henüz keşfedilmemiş alanlar...

tutan kuruluşlara yönelik hizmet sağlanıyor. Müşterilerin mevcut operasyonlarını, daha az bakım onarım maliyeti ve daha az yedek parça stoku tutarak sürdürmeleri sağlanıyor."

Reysaş Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Durmuş Döven de Küçükertan'ın fikirlerine katılıyor. "Pazarımızda bakir ve keşfedilmemiş birçok alan var" diyor Döven, depo ve demiryolu segmentlerinin yeterince gelişmediğini belirtiyor. Bunun ardındaki nedenleri ise şöyle anlatıyor:

"Demiryolunun kendine has yapısı, serbestleşme hareketinin bugüne kadar çok hızlı ilerleyememesine, sektörün özel sektör yatırımlarından mahrum kalmasına sebep oldu. Özel sektörün dinamizmi bu sürece da-

BANKACILIKTA GELECEK NEREDE?

YÜKSELEN ORTA SINIF Kişi başı milli gelirimiz 10 yıldan kısa bir sürede üçe katlandı ve yaklaşık 10 bin 500 doların üstüne çıktı. Yükselen bir orta sınıfımız var. Evlerin yaklaşık yüzde 65'inde internete erişim bulunuyor. Ayrıca ülkemizde 32 milyon Facebook kullanıcısı ve 9 milyon Twitter hesabı var. Cep telefonu sahipliği yüzde 90 civarında. Bunlar çok çarpıcı veriler ve mobil bankacılığın daha da gelişmesi için önemli bir potansiyele işaret ediyor.



DİJİTAL DÖNEM 2023'te bankacılık sektörü toplam aktiflerinin 6 trilyon TL seviyesine ulaşması bekleniyor. Mobilite ve dijital bankacılık sektörünün geleceğini şekillendiriyor. Biz de bankacılıkta mobiliteye çok inanıyoruz. Türkiye'nin yüzde 50'si 30 yaş altında. Yeni teknolojileri hızla benimseyen bu genç kesim ileride kalıcı müşterimiz olacak. Bu kesime ulaşmada teknoloji ve sosyal medyanın önemi giderek artıyor. Yeni nesil dağıtım kanalları öne çıkıyor. Yeni uygulamalarla daha geniş bir dijital hizmet yelpazesi sunuyoruz.

HANGİ SEGMENTLER? Sektörde yoğun bir rekabet söz konusu. Düşen faiz oranları ile birlikte bu rekabet biraz daha arttı, marjlar daraldı, alınan riskler de büyüdü. Büyümeyi sürdürülebilir ve karlılık içinde yapabilmek zorlaştı. Öte yandan, Türkiye'de önemli bir büyüme potansiyeli bulunuyor. Finansal ürün ve hizmetlerde çeşitlilik artacak. Yatırım bankacılığı, proje finansmanı, risk sermayesi, private equity, şirketlerin yeni tahvil ihraçlarına aracılık, risk sermayesi fonlarına iş yaratma önümüzdeki dönemde daha da hareketlenecek, rekabetin artacağı alanlar olacak.

ha hızlı şekilde dahil edilmeli. Ancak bunun için gerekli işleyişin ve politikaların belirlenmesi lazım. Yeni düzenlemelerle özel sektörün demiryollarına altyapı ve işletme yatırımlarının hızlanacağını düşünüyorum."

İNŞAATTA OFİS KENTLER

Türkiye'de her yıl ortalama 500 bin yeni konuta ihtiyaç duyuluyor. Dolayısıyla inşaat sektörü, yoğun biçimde konut ve AVM üretimine odaklanmış durumda. Ancak son yıllarda ofis yatırımları da öne çıkıyor. Soyak Holding CEO'su Emre Çamlıbel'e göre sektördeki yeni fırsat, temalı ofis kentler olacak:

"Şu andaki trendleri yeşil bina ve küçük metreka-reler olarak özetleyebiliriz. Geçtiğimiz yıllarda bakır

3 SEKTÖRDE SON DURUM

BÜYÜME NEREDE? Limak olarak 3 sektördeyiz. Liman işletmeciliği, havalimanı işletmeciliği ve elektrik dağıtım sektörünün hepsinde önemli fırsatlar var. Örneğin liman işletmeciliğine bakarsak, Türkiye'deki limanlarımızda yılda toplam yaklaşık 7 milyon TEU konteyner elleçlenirken Hamburg Limanı'nın kapasitesi 15 milyon TEU ve Asya'daki büyük limanların ise 30 milyon TEU. Önemli bir potansiyel var. Havalimanı işletmeciliği sektöründe, Türkiye'de kişi başına yıllık ortalama uçuş sayısı 2 iken, bu sayı Avrupa'da yılda yaklaşık 6'nın üzerinde. Elektrik dağıtımında, Türkiye'de kişi başına elektrik tüketimi 3.200 kilovat7saat iken, Avrupa'da 5.000 kilovat/saat'in üzerinde.

ÖZELLEŞTİRME ETKİSİ Enerji, altyapı, havalimanı ve liman işletmeciliği sektörlerinde son 10 yılda büyük ölçekli özelleştirmeler oldu. Sektörler hızla büyümeye başladı. Elektrik dağıtımının özelleştirilmesiyle kayıp kaçak oranlarının düştüğünü, dağıtım şirketlerinin SAIDI/SAIFI (enerji kesinti süresi zamanı ve sıklığı endeksleri) uluslararası performans kriterlerini benimseyen, kurumsal şirketler haline geldiklerini görüyoruz. Dağıtım ve perakende satışın ayırıştırılması ve serbest tüketici limitinin şu andaki 5.000 kilovat/saat'ten 2015'te sıfıra düşecek olması, perakende satışın önemli ölçüde büyüyeceğini ortaya koyuyor.

NE YAPILMALI? Türkiye, 2023'te dünyanın ilk 10 en güçlü ekonomisi arasına girmeyi, 25 bin dolar kişi başı milli gelire sahip olmayı ve 500 milyar dolar ihracat rakamına ulaşmayı hedefliyor. Bu hedeflere ulaşmak için Türkiye'deki en az bir limanın dünyadaki en büyük 10 liman arasında olması, havalimanı işletmeciliği sektöründe İstanbul'da yapılacak olan yeni havalimanının dünyanın en büyük havalimanlarının arasında olması ve elektrik dağıtım sektöründe kişi başına elektrik tüketiminin gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaşması gerekiyor. Bunlar için 10 yıllık süreçte daha fazla kamu-özel sektör işbirliklerine ihtiyaç var.



olarak değerlendirebileceğimiz bu alanlar ise bugün yerini başka alanlara bıraktı. Şu anda bakır olan alan ofis binalarıdır. Dev şirketler, apartmandan bozma yerlerde çalışmaz. Aynı zamanda bu ofislerin yeşil bina olması da yabancıları cezbedecektir. Global şirketler, ülkemize geldiğinde yeşil olmayan ofisleri tercih etmeyecek, kiralama ya da satın alma yapmayacaktır.

İstanbul'un bir marka şehir ve cazibe merkezi olmaya devam edebilmesi için kurulacak iki yeni şehrin de bir fırsat olarak değerlendirilmesi gerekiyor. Bu yeni şehirlerde TMT (teknoloji, medya ve telekomünikasyon) sektörlerinin ve sürdürülebilirliğin ön plana çıkarılmasıyla yabancı yatırımcıları çekmek için önemli fırsatlar olacak. TMT konusu, henüz dünyada da çok

yeni. Bu sektörlerin ön plan çıkacağı şehirler, gayrimenkul şirketleri için yeni ve bakir alanlar. Bu vesileyle memleketimize yatırım yapmaya gelen yatırımcılar ve global şirketlerin ofis ihtiyacı doğacaktır.”

Yakın zamanda sektörde çeşitlenme de olacağını söyleyen Çamlıbel, “Şu anda ofis konusu gayrimenkul şirketlerinin radarları arasında. Bunlar yıllar içinde ortaya çıkan ve ekonomik, sosyal konjonktüre bağlı olarak gelişen konular” diyor.

GENİŞBANTTA GENİŞ FIRSATI

Cisco'nun tahminlerine göre 2020 yılında internet bağlı cihazların sayısı 50 milyara ulaşacak. 2016 itibarıyla tüm internet trafiğinin yüzde 90'ı ve mobil veri trafiğinin 3'te 2'si video olacak. Bu rakamlar ise telekomünikasyon pazarındaki yeni fırsatların altını kalın çizgilerle çiziyor. Pazardaki gelecek fırsatlarını ve bakir alanları sorduğumuz Türk Telekom CEO'su Tahsin Yılmaz ise özetle tek bir yanıt veriyor: Genişbant...



TAHSİN YILMAZ

“Genişbant teknolojisi sayesinde şimdiye kadar AR-GE laboratuvarlarında, bir anlamda kuluçka makinelelerinde geliştirilen yeni birçok hizmet model gün yüzüne çıkmaya başladı” diyen Yılmaz'ın değerlendirmeleri şöyle:

“Genişbant potansiyelini yepyeni ürün ve servislerle, yeni gelir kaynaklarına dönüştürebilmek büyük bir önem kazanıyor. Bu noktada ‘akıllı ev’ çözümlerini örnek olarak ele alabiliriz. Şimdiye kadar sadece konsept olarak bilinen ve günlük hayata fazla giremeyen akıllı ev çözümleri, tüketicinin kolayca sahip olabileceği servisler haline gelecek.

Bu alanlara şimdiye kadar girilemedi, çünkü yüksek kaliteli genişbant altyapı teknolojileri yeterince gelişmemişti. Ancak Türk Telekom olarak sektördeki bu gelişmeyi zamanında öngörerek yurt çapında fiber dönüşüm çalışmalarına başladık. Mart 2013 itibarıyla Türkiye'deki fiber optik kablo uzunluğumuz, yaklaşık 170 bin km oldu. Genişbant altyapı temelli yeni olanakları

“HAZIR GİYİMİN GÜNDEMİ NANO”

NANO TEKNOLOJİ Hazır giyimde halen ulaşılmamış, yeni gidilecek alanlar, fırsatlar var. Artık teknoloji hayatımızın her anında var. Bu noktada teknolojik yatırımlar çok önemli. Biz teknolojinin gerisinden geldikçe boş kalan alanları göremeyiz ve ihmal etmiş oluruz. Örneğin ütü gerektirmeyen, leke tutmayan nano teknoloji ile üretilen kumaslar, yatırım yapılabilecek henüz yeni keşfedilmiş alanlar arasında sayılabilir.

ORTADOĞULU TÜKETİCİ Pazar olarak da yönelebileceğimiz yerler var. Örneğin Ortadoğu ülkeleri gelişmekte olan, genç ve tüketim ihtiyaçları artan ülkeler olduğu için önemli. Bu pazarda doğal kaynakların getirmiş olduğu bir satın alma gücü var. Sosyal medyanın gücü dünyayı küçülttü ve insanların giyim sektörüne de bakış açıları değişmeye başladı. Bu fırsattan yararlanılabilir.

NELER YAPIYORUZ? Tüm bu fırsatlar, kendimizi tüketicilerimize daha iyi bir şekilde anlatabilmek, daha geniş kitlelere ulaşabilmek adına önem taşıyor. Bu bakir alanları fırsata dönüştürmek önemli. Kiğili olarak önemli bir adım attık ve tekstil dünyasında bir ilk olarak çağrı merkezimizi faaliyete geçirdik. Hem yeni bir istihdam alanı yarattık hem müşterilerimizi farklı bir yoldan dinleme imkanı kazandık. Bu verileri şirket yönetimimizi şekillendirmekte kullanıyor, deneyimlerimizi yeni projelerimizde hayata geçiriyoruz.

geliştiriyor, bulut bilişime, eğitimden sağlığa, akıllı evden akıllı kentlere, yenilikçi bireysel ve kurumsal çözümler üzerinde çalışıyoruz.

Gelecekte, genişbant teknolojilerinin avantajlarını barındıran yenilikçi ürün ve servisleri tüketiciye en cazip paketler halinde sunmayı başaran oyuncular kazançlı çıkacak.”

BİLİŞİMDE BOŞLUK VAR MI?

Bilişim sektöründe de yeterince ulaşılmamış segmentler var. Sektörün önemli oyuncularından Index Grup'un CEO'su Erol Bilecik, “Boşluk olduğunu düşündüğüm alanlardan biri, e-ticarette B2C (işletmeden tüketiciye) segmenti. Bu boşluğun etkin çözümlerle doldurulabileceğine inanıyorum” diyor ve ekliyor:

“Ayrıca internet kullanım oranlarının artmasıyla birlikte hem bireysel hem kurumsal düzeyde internetteki siber saldırılara karşı korunma ihtiyacı da artıyor. Dolayısıyla internet güvenliğine yönelik çözümlerin önümüzdeki yıllarda daha fazla atak yapacağını öngörüyorum. Tabii buna paralel olarak, gerek yazılım gerek servis gibi katma değerli alanlarda özellikle sistem entegratörü tarzındaki yapıların da artık kritik bir öneme sahip olduğunu görüyoruz. Tabii bu saydığımız alanların neden boş kaldığına gelirsek... Öncelikle bunu yaratan pazarın oluşması gerekirdi. Türkiye, internet

pazarıyla yeni tanıştığı için geciktik. Dolayısıyla bu alanları ihmal edilmiş değil, hızla üzerine gidilebilecek yeni yatırım alanları olarak görüyorum.”

Markafoni'nin Kurucu Ortağı Sina Afra da e-ticaretin B2C segmentinde gidilecek daha alacak çok yol olduğuna inanıyor. E-ticaret pazarında, özellikle otomotiv segmentinde boşluk olduğunu söyleyen Afra, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Otomobil alım-satımı belli başlı sitelerde yapılıyor, ancak yedek parça, aksesuar gibi yan sanayi ürünlerinin satışıyla ilgili eksiklik söz konusu. Bu alandaki boşluk doldurulabilir. Otomotiv alışveriş trafiği daha ağır seyreden dayanıklı mallar kategorisine girdiği için şim-

NAFİ GÜRAL / KÜTAHYA PORSELEN YKB

“TURİZMDE ANADOLU FIRSATI”

NELER YAPILMALI? Turizm denince, şimdiye kadar hep iç ve dış turizm olarak iki pencereden bakıldı. Ama turizmin kat ettiği mesafe, bizlere üçüncü bir pencereden bakma fırsatı yarattı. Dış turizmde, deniz ve güneş olmazsa olmaz faktörler arasında. Ancak bu, tarih zenginliğiyle de desteklenmeli. Anadolu'nun keşfedilmesiyle turizm gelirlerimizde çok önemli artışlar olacaktır. Yapılması gereken, turistlerin birinci sırada tercih ettiği merkezlerden, Anadolu'ya hava ulaşımının sağlanmasıdır. Ulaşılmadığı için turistlerin bilmediği, gidemediği yerlere havaalanı yapılmalı ve Anadolu'ya ulaşım sağlanmalıdır.

ANADOLU'YA YATIRIM Ulaşım sağlandığı takdirde, Anadolu'da yeni yeni tesisler yapılacak, bu tesisler aynı zamanda hem iç hem ticari dış seyahatlere hizmet sunarak çok önemli potansiyel yaratılmış olacaktır. Örneğin termal kaynaklarımız önemli potansiyel. Ancak bu potansiyelin dış turizme açılması için yerel anlayış hatalarından kurtulmamız lazım. Bugün için termal kaynaklardan sadece iç turizm yararlanıyor. Hamam kültüründen termal kültürüne geçiş sancılarını yaşıyor. Termal kültürünün ne olduğunu bilenlerin termale ilgi göstermeleri gerekiyor. İnanıyorum ki bu süreç er ya da geç tamamlanacak.



HANGİ FIRSATLAR? Sektörün topyekun gelişimi için çok önemli fırsatlar var. Uluslararası kongrelerin ülkemizde yapılması, sağlık turizmi, gençlik-güzellik turizmi, inanç turizmi yapılmalı. Moda başta olmak üzere festivaller, fuarlar ve etkinlikler düzenlenmeli. Sadece yabancı pasaportlulardan tatilinin en az bir haftasını Türkiye'de geçirenlerin kabul edileceği, Antalya, Muğla, İzmir, İstanbul duraklı kumar gemileri olabilir. Ayrıca İstanbul'un bir cazibe merkezi olarak doğru pazarlanması çok önemli. Her birisi, üzerinde saatlerce konuşulup fikir üretilebilecek kadar önemli satış başları.



diye kadar keşfedilmemiş olabilir. Bunlar potansiyeli olan, değerlendirilebilir alanlar. Dünyadaki diğer örnekler incelenerek Türkiye e-ticaret pazarında da bu sektöre yer açma planları, yatırımları yapılabilir.”

GSM'DE NE KALDI?

GSM sektöründeki öne çıkan fırsatları ise Turkcell Kurumsal Pazarlama ve Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Selen Kocabaş anlatıyor. Kocabaş, sektörde halen bakir olarak gördüğü alanların başında M2M (makinelere arası iletişim) teknolojisi ve bulut bilişim olduğunu söylüyor. Onun böyle düşünmesi için çok geçerli nedenleri var. Öyle ki dünyada 2011'de toplam GSM hatlarına oranı yüzde 2,3 olan M2M hatlarının oranının, 2020'de yüzde 19'a yükselmesi bekleniyor. Araştırma şirketi Gartner'ın öngörülerine göre 2013 yılında bulut bilişim pazarının ulaşacağı büyüklük ise 150 milyar doları bulacak.

Selen Kocabaş, “2012 sonu itibarıyla M2M'nin en önemli uygulama alanı olan ATM, POS'lar ve yazarkasalar 2020'de yerini yeni sahiplerine bırakacak. Henüz başlangıç aşamasında olan sağlıkta kullanımının 2020'de 6 milyona ulaşması bekleniyor. Bulut bilişimin ise 2013 sonu itibarıyla ülkemizde 300 milyon dolarlık bir sektör haline gelmesi bekleniyor” diye konuşuyor ve ekliyor:

“Fakat bu teknolojilerin bireylerin ve şirketlerin hayatında daha fazla yer edinebilmesi için ilk önce bunun gerçekten ihtiyaç olduğunun deneyimlenmesi gerekiyor. Böylelikle daha fazla gelişim kaydedilebilir. Makineler arası iletişim, Türkiye'nin büyüme hedeflerine ulaşması için önemli bir araç haline gelebilir. Araçlarda, endüstride, enerjide ve evlerde kullanılmasıyla pek çok faydanın sağlanması ve ekonomiyi olumlu yönde tetiklemek mümkün. Araç tarafında 17 milyon araç ve 4,4 milyon konteyneri kapsayan bir pazarda M2M uygulaması, yakıt tasarrufu, kontrol ve güvenlikle kaza durumunda erişim sağlayarak operasyonel verimliliği artırabilir. Endüstride yer alan yüzbinlerce sera, onbinlerce kümes ve çiftlik, yüzbinlerce soğuk zincir ve milyonlarca POS cihazında operasyonda verimlilik sağlayacaktır. Bu katkı, Türkiye'nin büyümesi için şirket bazında gerçekleşmesi gereken büyümenin temelini oluşturmaya yardımcı olabilir.”