

# GÖKOVA

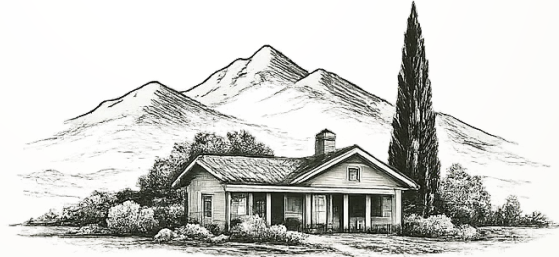
## BOTANICALS

— FARM TO CUP —



# GÖKOVA BOTANICALS FARM & EXPERIENCE ESTATE

Yatırımcı Bilgilendirme Dosyası ve Ön Fizibilite Raporu



**GÖKOVA**  
**BOTANICALS**

— FARM TO CUP —



# SUNUM İÇERİĞİ

- PROJE TANIMI
- YATIRIM STRATEJİSİ
- ARAZİ KULLANIM PLANI
- ÜRETİM TESİSLERİ
- MARKA VE SATIŞ MODELİ
- BAŞARI MODELİ
- GELİR DAĞILIMI HEDEFİ
- ÜRÜN STRATEJİSİ
- E-TİCARET FİYATLAMA MODELİ

# SUNUM İÇERİĞİ

- İLK YATIRIM BÜTÇESİ
- İŞLETME SERMAYESİ
- HİBE VE TEŞVİK STRATEJİSİ
- YATIRIMCI MODELİ
- FİNANSAL PROJEKSİYON
- ÇIKIŞ SENARYOLARI
- SONUÇ
- ARAZİ GÖRSELLERİ

## PROJE TANIMI

- Gökova Botanicals, Muğla ili Ula ilçesi Yeşilçam Mahallesi'nde kurulması planlanan, premium botanik ürünler, tropikal meyveler, tıbbi aromatik bitkiler ve katma değerli e-ticaret ürünleri üreten entegre bir tarım ve marka projesidir.

# PROJE TANIMI



## PROJE TANIMI

- Projenin temel amacı ham tarım ürünü satmak değil; üretim, işleme, paketlenme, marka, e-ticaret ve deneyim odaklı kırsal turizmi tek çatı altında birleştirerek yüksek kârlı ve ölçeklenebilir bir işletme oluşturmaktır.
- Toplam proje alanı 15.000 m<sup>2</sup> (15 dönüm) olup arazide elektrik, su ve çevre güvenlik çiti hazır durumdadır. Bu durum başlangıç yatırımında yaklaşık 2–3 milyon TL seviyesinde altyapı avantajı sağlamaktadır.

# YATIRIM STRATEJİSİ

- Proje üç fazlı büyüme modeli ile planlanmıştır.
- Amaç, ilk aşamada 15 milyon TL bütçe ile gelir üreten bir sistem kurmak ve sonraki yıllarda elde edilen nakit akışı ile büyümeaktır.

# YATIRIM STRATEJİSİ

Temel yaklaşım:

- Yaşam alanını sade kurmak
- Lüks yapılardan kaçınmak
- Sermayeyi marka, satış ve üretime yönlendirmek
- İlk yıldan itibaren satış üretmek
- E-ticaret merkezli büyümek

Hedef:

- Türkiye'nin en kârlı premium botanik markalarından biri olmak.

# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 3 Dönüm Yaşam ve Deneyim Alanı

➤ Amaç ticari gelirden çok marka değeri üretmektir.

İçerik:

- 150 m<sup>2</sup> ana ev
- Yönetim ofisi
- İçerik üretim alanı
- Ürün fotoğraf stüdyosu
- Tadım alanı
- Workshop etkinlikleri
- Tahmini yatırım:  
**2.500.000 TL**

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 3 Dönüm Lemongrass Üretim Alanı

► Projenin ana gelir motorudur.

Avantajları:

- Kurutulabilir
- Depolanabilir
- Markalaştırılabilir
- Çay üretimine uygundur
- E-ticarete uygundur
- Başarı olasılığı: %85
- Kurulum maliyeti:

**200.000 TL**

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 2 Dönüm Passion Fruit

- Hızlı gelir üreten tropikal ürün.
- Başarı olasılığı: %75

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 2 Dönüm Avokado

- Uzun vadeli gelir modeli.
- Başarı olasılığı: %80

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 1 Dönüm Finger Lime

- Premium restoran ürünü.
- Başarı olasılığı: %60
- Ana gelir ürünü değil, vitrin ürünüdür.

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 1 Dönüm Kaffir Lime

- Özellikle yaprak satışı için değerlidir.
- Başarı olasılığı: %70

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 1 Dönüm Calamansi

- Kokteyl ve gastronomi sektörüne yönelik.
- Başarı olasılığı: %65

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 1 Dönüm Kuşkonmaz

- ➔ Otel ve restoran tedarik zinciri için.

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ARAZİ KULLANIM PLANI

## 1 Dönüm Şef Bahçesi

- Özel ürünler:
- Shiso
- Thai Basil
- Edamame
- Malabar Ispanağı
- Lemon Verbena

### Amaç:

- Şef restoranlarına yüksek katma değerli satış yapmak.

# ARAZİ KULLANIM PLANI



# ÜRETİM TESİSLERİ

## Üretim Binası

- 250 m<sup>2</sup>
- İçerik:
- Kurutma bölümü
- Paketleme hattı
- Depolama alanı
- Ofis

Yatırım:

**2.000.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



# ÜRETİM TESİSLERİ

## Soğuk Oda

➤ 40 m<sup>2</sup>

➤ Yatırım:

**500.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



# ÜRETİM TESİSLERİ

## Modern Sera

➤ İlk etap:

➤ 2.500 m<sup>2</sup>

Yatırım:

**2.500.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



# ÜRETİM TESİSLERİ

## Sulama Sistemi

- Ana hat
- Damlama
- Gübre tankı

Yatırım:

**350.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



# ÜRETİM TESİSLERİ

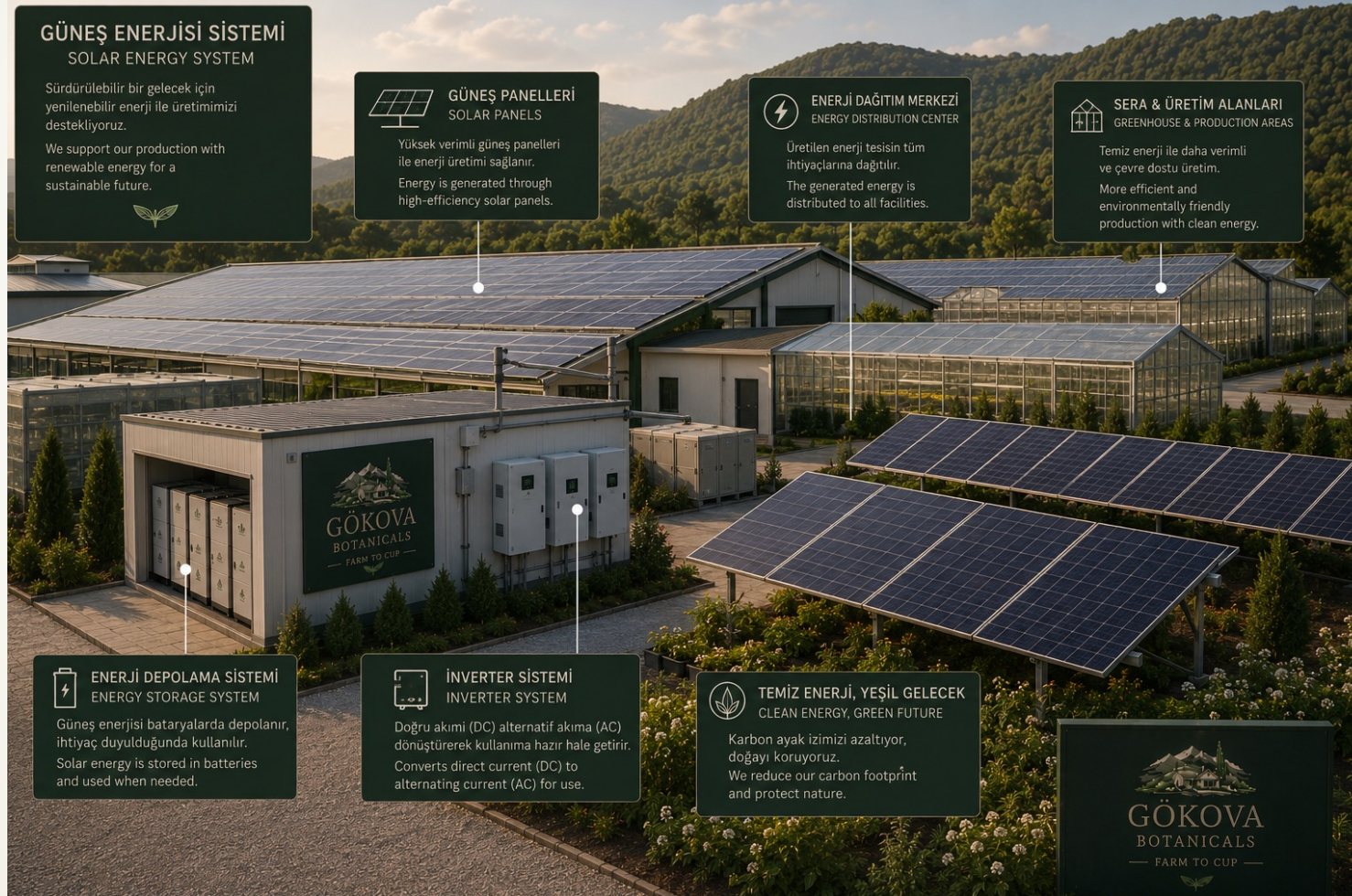
## Güneş Enerjisi Sistemi

➤ 15 kW

➤ Yatırım:

**750.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



# ÜRETİM TESİSLERİ

## Tarımsal Ekipman

- Çapa makinesi
- İlaçlama sistemi
- Budama ekipmanları
- Paketleme ekipmanları
- Yatırım:

**500.000 TL**

# ÜRETİM TESİSLERİ



**GÖKOVA**  
BOTANICALS  
— FARM TO CUP —

**ÇAPA MAKİNESİ**  
ROTARY TILLER

Toprağı havalandırır, yabancı otları kontrol eder ve ekime hazır hale getirir.  
Aerates the soil, controls weeds and prepares for planting.



**İLAÇLAMA SİSTEMİ**  
SPRAYING SYSTEM

Bitkileri zararlılardan korur, hastalıklara karşı etkili mücadeleye sağlar.  
Protects plants from pests and provides effective disease control.



**BUDAMA EKİPMANLARI**  
PRUNING EQUIPMENT

Bitki sağlığını korur, verimi artırır ve düzenli büyümeyi destekler.  
Protects plant health, increases yield and supports regular growth.



**PAKETLEME EKİPMANLARI**  
PACKAGING EQUIPMENT

Ürünlerin hijyenik, hızlı ve güvenli şekilde paketlenmesini sağlar.  
Ensures hygienic, fast and safe packaging of products.





VERİM ARTIRIR  
INCREASES YIELD



ZAMANDAN TASARRUF SAĞLAR  
SAVES TIME



BİTKİ SAĞLIĞINI KORUR  
PROTECTS PLANT HEALTH



KALİTELİ ÜRETİMİ DESTEKLER  
SUPPORTS QUALITY PRODUCTION

# MARKA VE SATIŞ MODELİ

## Marka:

➤ Gökova Botanicals

## İlk aşama yatırımları:

➤ Ambalaj tasarımı

➤ Web sitesi

➤ E-ticaret altyapısı

➤ Sosyal medya

➤ Profesyonel fotoğraf çekimleri

➤ İlk ürün stoğu

➤ Toplam yatırım:

**500.000 TL**

# BAŞARI MODELİ

**Bir tarım işletmesinin başarısı yaklaşık olarak aşağıdaki dağılımla açıklanabilir:**

- %40 Satış Kanalları
- %25 Marka Gücü
- %20 Ürün Seçimi
- %10 Operasyon
- %5 Üretim Kalitesi
- **Bu nedenle proje önceliği üretim değil satış ve markadır.**

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ

## **%55 E-Ticaret**

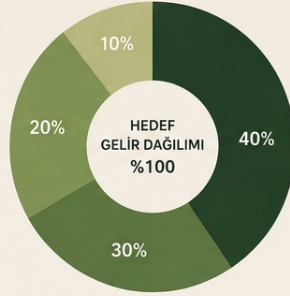
- Kanallar:
- Web sitesi
- Trendyol
- Amazon
- Hepsiburada

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ



## GELİR DAĞILIMI HEDEFİ

Çok kanallı satış stratejimiz ile sürdürülebilir büyüme ve markamızın küresel erişimini hedefliyoruz.



- KENDİ WEB SİTEMİZ**  
 40%  
 Doğrudan satış, sadık müşteri kitlesi ve yüksek kâr marjı hedeflenir.
- TRENDYOL**  
 30%  
 Geniş müşteri erişimi ve marka bilinirliği artışı hedeflenir.
- AMAZON**  
 20%  
 Uluslararası pazarlarda büyüme ve döviz bazlı gelir artışı hedeflenir.
- DİĞER PAZARYERLERİ**  
 10%  
 Hepsiburada, n11, ÇiçekSepeti vb. kanallarda yaygınlık hedeflenir.

## ÖRNEK WEB SİTEMİZ

## TRENDYOL MAĞAZA ÖRNEĞİ

## AMAZON MAĞAZA ÖRNEĞİ

## DİĞER PAZARYERLERİ ÖRNEĞİ



DOĞADAN GELEN KALİTE



SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

GÖKOVA BOTANICALS  
FARM TO CUP



GÜVENİLİR TESLİMAT



MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ

## **%20 Otel ve Restoran**

- Hedef bölgeler:
- Bodrum
- Marmaris
- Göcek

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ

## **%15 Kurumsal Hediye**

- Şirket hediyeleri
- Yılbaşı setleri
- Özel koleksiyon kutuları

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ



# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ

## **%10 iftlik Deneyimi**

- Tadım günleri
- Workshop etkinlikleri
- Marka deneyimi

# GELİR DAĞILIMI HEDEFİ



# ÜRÜN STRATEJİSİ

**Ana gelir meyveden değil işlenmiş üründen elde edilir.**

Ana Ürünler (%70 Ciro)

- Lemongrass çayı
- Bitki çayı karışımları
- Premium kutular
- Hediye setleri

# ÜRÜN STRATEJİSİ

**GÖKOVA**  
BOTANICALS  
— FARM TO CUP —

**DOĞADAN GELEN ŞİFA,  
SEVDİKLERİNİZLE PAYLAŞIN.**

Lemongrass çayı, bitki çayı karışımları, premium kutular ve özel hediye setlerimizle sağlıklı, doğal ve keyifli anlar yaratın.

**LEMONGRASS ÇAYI**

**BİTKİ ÇAYI KARIŞIMLARI**

**HEDİYE SETLERİ**

**PREMIUM KUTULAR**

Doğadan ilhamla,  
sağlıklı yıllara.

Teşekkür ederiz,  
Birlikte büyüyüyoruz.

Doğal, sağlıklı,  
Özente hazırlandı.

Özel  
Seçki

**GÖKOVA BOTANICALS**  
— FARM TO CUP —

%100 DOĞAL KATKISIZ SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

YEREL ÜRETİCİLERDEN DOĞAYA SAYGILI

# ÜRÜN STRATEJİSİ

Destek Ürünler (%20 Ciro)

- Passion Fruit
- Avokado
- Calamansi

# ÜRÜN STRATEJİSİ

- Vitrin Ürünler (%10 Ciro)
- Finger Lime
- Kaffir Lime
- Shiso
- Malabar Ispanağı

# E-TİCARET FİYATLAMA MODELİ

## 100 gr Kurutulmuş Lemongrass

- Üretim maliyeti:  
20–30 TL
- Satış fiyatı:  
**350–499 TL**



# E-TİCARET FİYATLAMA MODELİ

## Premium Metal Kutu

► Maliyet:

► 350–650 TL

► Satış:

**899–1.290 TL**



# E-TİCARET FİYATLAMA MODELİ

## Hediye Seti

➤ Maliyet:

➤ 450–600 TL

➤ Satış:

**1.490–2.490 TL**



# İLK YATIRIM BÜTÇESİ

| Kalem          | Tutar        |
|----------------|--------------|
| Yaşam Alanı    | 2.500.000 TL |
| Üretim Merkezi | 2.000.000 TL |
| Sera           | 2.500.000 TL |
| Tropik Bahçe   | 700.000 TL   |
| Lemongrass     | 200.000 TL   |
| Şef Bahçesi    | 250.000 TL   |
| GES            | 750.000 TL   |
| Sulama         | 350.000 TL   |
| Soğuk Oda      | 500.000 TL   |
| Marka          | 500.000 TL   |
| Ekipman        | 500.000 TL   |

**Toplam yatırım:  
10.750.000 TL**

# İŞLETME SERMAYESİ

## 15 milyon TL bütçe ile hareket edildiğinde:

- Toplam yatırım:
- 10.750.000 TL
- Kalan kaynak:
- 4.250.000 TL

Bu bütçe:

- İşletme sermayesi
- Personel giderleri
- Yeni sera yatırımları

İkinci yıl büyüme planları için kullanılacaktır.

# HİBE VE TEŞVİK STRATEJİSİ

## TKDK IPARD III

Kapsam:

- Sera
- Kurutma
- Paketleme
- Soğuk hava
- GES

Proje tutarı:

- **4.750.000 TL**

Tahmini hibe:

- **2.850.000 TL**

# HİBE VE TEŞVİK STRATEJİSİ

## KKYDP

Kapsam:

- Sulama
- Gübreleme
- Makine
- Depolama

Proje tutarı:

- **1.500.000 TL**

Tahmini hibe:

- **750.000 TL**

# HİBE VE TEŞVİK STRATEJİSİ

## Ziraat Bankası Finansmanı

Kapsam:

- İşletme sermayesi
- Fidan
- Personel
- Üretim giderleri

Toplam:

- **3.500.000 TL**

# HİBE VE TEŞVİK STRATEJİSİ

## Toplam Destek Etkisi

- ▶ TKDK Hibe: **2.850.000 TL**
- ▶ KKYDP Hibe: **750.000 TL**
- ▶ Toplam Hibe: **3.600.000 TL**
- ▶ Ziraat Finansmanı: **3.500.000 TL**

15 milyon TL yatırımın oluşturduğu toplam yatırım gücü yaklaşık:

- ▶ **22.100.000 TL**

# YATIRIMCI MODELİ

## Talep edilen yatırım:

- 15.000.000 TL

Alternatifler:

### Model A

- %30 şirket ortaklığı

### Model B

- 10 dönüm kullanım hakkı 5-7 yıl sonra tapu + 15 şirket hissesi

### Model C (Önerilen)

- %30 şirket hissesi
- Yıllık kâr payı
- Ön alım hakkı

# FİNANSAL PROJEKSİYON

| Yıl | Net Kâr       |
|-----|---------------|
| 1   | -1.500.000 TL |
| 2   | 750.000 TL    |
| 3   | 3.000.000 TL  |
| 4   | 6.000.000 TL  |
| 5   | 10.000.000 TL |

| Yıl | Ciro          |
|-----|---------------|
| 1   | 3.000.000 TL  |
| 2   | 7.000.000 TL  |
| 3   | 15.000.000 TL |
| 4   | 25.000.000 TL |
| 5   | 40.000.000 TL |

# ÇIKIŞ SENARYOLARI

- Hisse satışı
- Temettü geliri
- Şirket değerlemesi
- yıl sonunda yıllık 10 milyon TL net kâr seviyesine ulaşılması halinde tarım ve gıda markalarında görülen 5–8 F/K çarpanlarıyla şirket değerinin 50–80 milyon TL bandına ulaşması mümkündür.

# SONUÇ

- Gökova Botanicals bir tarla yatırımı değil; üretim, işleme, marka, e-ticaret ve deneyim ekonomisini birleştiren entegre bir premium tarım markasıdır. Projenin temel amacı ham ürün satmak değil, yüksek katma değerli markalı ürünleri doğrudan son tüketiciye ulaştırarak sürdürülebilir ve ölçeklenebilir kârlılık yaratmaktır. Uzun vadeli değer, üretim miktarından çok marka gücü, satış kanalları ve müşteri sadakati ile oluşacaktır.

# ARAZİ GÖRSELLERİ



# ARAZİ GÖRSELLERİ



# ARAZİ GÖRSELLERİ

