

DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN 31 İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

KOBİ

Garanti BBVA
Geleceğin fırsatları sizinle

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

OCAK 2020

2020'de KOBİ'ler için 10 cazip pazar

- İhracatta öne çıkacak ülkeler
- Hangi sektörlerde iş fırsatları var?
- Ülkelerin ürün ve hizmet talepleri neler?

KOBİ'LER İÇİN ÜCRETSİZ DİJİTAL DÖNÜŞÜM

2020'DE UZAK ASYA'YA AÇILACAK

"ÇEVRE VE SAĞLIK ALANINA ODAKLANDIK"

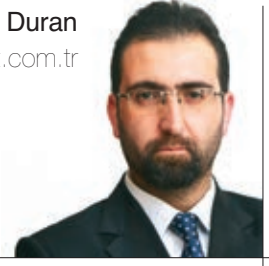
Türkiye'nin geleceği KOBİ'ler, geleceğin fırsatları sizinle.





Aram Ekin Duran

eduran@ekonomist.com.tr



Yeni bir yıla başlarken...

Açıklanan son makro ekonomik verilere baktığımızda Türkiye ekonomisinin Ağustos 2018'deki kur krizinden bu yana içine girdiği durgunluktan hala tam olarak çıkmadığını görüyoruz. 2019 üçüncü çeyrekteki yüzde 0,9'luk büyüme, küçülme trendinde bir dipten dönüş sinyali olarak değerlendirilse de büyümenin büyük oranda kamu harcamaları ve ihracat kaynaklı olması, iç talebin hala canlanmadığına ve dolayısıyla yeni yatırım kararlarının hala ertelendiğine işaret ediyor.

Ekonomide önümüzdeki birkaç yıla yayılacak düşük büyüme ve yapışkan enflasyon tehlikesi giderek daha da olası hale gelmiş durumda. Bu tehlikenin yaratacağı olumsuz sonuçları bertaraf etmenin formülü ise tek bir kelimedede saklı: ihracat!

Artık en büyüğünden en küçüğüne kadar tüm şirketler dünya pazarlarına açılmayı 2020 gündemlerinin ilk sırasına koymuş durumda. Bu süreçte katma değeri yüksek ihracat yapmayı başaranlar için gelecek hiç de umutsuz olmayacak.

Öte yandan dünya ekonomisi de 2020 yılı için parlak bir tablo sunmuyor. Bir yandan -son dönemde şiddeti düşmüş gözükse de- ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları ve Birleşik Krallık'ın iktidarını son seçimlerde perçinleyen Boris Johnson liderliğinde hızlandıracağı Brexit süreci, küresel ticarete pek çok taşı yerinden oynatıyor, oynatmaya da devam edecek.

Türkiye açısından her iki gelişmenin de hem artıları hem de eksileri var. Bu iki önemli kırılma noktasından avantajlı çıkmak da, bu süreçlerin mağlubu olan ülkelere biri olmak da hem ekonomi yönetimi hem de özel sektörün konjonktürü iyi okumasına bağlı.

2020'ye damgasını vuracak iki önemli gelişmeye dikkatinizi çekmek istiyorum:

İlk başlığımız Çin...

1,4 milyarlık nüfusu ve 10,5 trilyon dolarlık Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) ile Çin, son 20 yılda dünya ekonomisinde giderek yükseldi ve

ABD'den sonra en büyük güç haline geldi. Çin, Kuşak-Yol Girişimi (KYG) ile ekonomide küresel liderlik için hayati bir adım atmaya hazırlanıyor. Proje ile Çin, 1 trilyon dolarlık ekonomik büyüklük yaratacak ve 3 milyar insanı etkileyecek. Türkiye'nin de stratejik ortaklarından biri olduğu proje, Türk şirketlerinin Çin pazarına bakışını da değiştiriyor. Büyük holdinglerden küçük girişimlere kadar her boyutta şirket, Çin'e giriş yolları arıyor. Çin'de ilk Yabancı Yatırım Yasası, 1 Ocak 2020'de yürürlüğe girdi. Yabancı Yatırım Yasası ile yabancı yatırımcılara yerli yatırımcılarla eşit muamele ilkesi getiriliyor. Ayrıca, yabancı işletmelerin varlıkları ve fikri mülkiyet hakları ile ticari sırların korunması konularına odaklanıyor. Söz konusu önlemler, serbest ticaret pilot bölgelerinde gerçek anlamda uygulanacak. Yeni dönemde Türk şirketler gıdadan elektroniğe, tekstilden beyaz eşyaya kadar pek çok alanda Çin'de yatırım fırsatlarını değerlendirmeye başlayacak.

2020'de özel sektörün gözünü diktiği bir diğer konu da Brexit...

İngiltere'de sandıktan mutlak bir zaferle çıkan Muhafazakar Parti'nin lideri Boris Johnson, Brexit sürecini hızlandırma sözü verdi. Türkiye'nin AB'deki 2. büyük ihracat pazarı olan İngiltere ile ticaretin Brexit sonrasında nasıl şekilleneceği merak konusu. Türk şirketlerin beklentisi İngiltere ile en kısa zamanda Serbest Ticaret Anlaşması (STA) yapılması yönüne. Ancak karşılıklı görüşmelere karşın, henüz STA konusunda bir gelişme yok.

Son dönemde başta otomotiv olmak üzere Brexit'in olumsuz etkileri ihracatta görülmeye başladı bile. 2020'de İngiltere ile iş yapan tüm şirketlerin gözü kulağı STA müzakerelerinde olacak.

Son olarak, size KOBİ Girişim ailesine yeni bir isim katıldığını duyurmaktan mutluluk duyuyorum. Sayın Dr. Işıl Keskin, bundan böyle her ay "Janusyan Düşünceler" adlı köşesi ile girişimcilik ekosistemine dair birbirinden kıymetli yazıları ile bizlerle olacak. Kendisine bir kez daha "hoşgeldiniz" diyorum.

Hepinize barış, huzur ve sağlık dolu bir yeni yıl diliyorum.

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

GENEL MÜDÜR Cem M. Başar
YAYIN YÖNETMENİ Talat Yeşiloğlu
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ (Sorumlu) Dr. Orhan Karaca
HABER MÜDÜRÜ Talip Yılmaz
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

EDİTÖRLER
BORSA - TEKNOLOJİ Gözde Yeniova
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay Yılmaz, Burcu Tuway, Sibel Atik, Ayşegül Sakarya Pehlivan, Aram Ekin Duran, Ceren Oral
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ (TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kırtulmuş
FINANS DİREKTÖRÜ Didem Kuruç
ETKİNLİK VE PROJE DİREKTÖRÜ Ali Erman İleri

REKLAM GRUP BAŞKANI Nisa Aslı Erten Çokça
REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Seda Erdoğan Dal - Işıl Baysan Turan
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ Neyran Çınar - Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ Burcu Acavut - Maya Yılmaz - Ecem Arda
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 61 - 62
BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ Dilek Ünlü
Tel: 0212 336 53 72 Faks: 0 212 336 53 91
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0 212 336 53 90
REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00/57/59 Faks: 0 212 336 53 92/93

ANKARA REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbcı
Tel: 0 312 207 00 72/73

HEDEF SAYFALAR
Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad.
No:12 Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 22 - 23
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 Faks: 0216 365 99 08/08
www.bilnet.net.com
Sertifika No: 42716

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, 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 Faks: (0 212) 410 35 12-13

ÇALIŞMA SAATLERİ

abone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

İÇİNDEKİLER



Bir yandan ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları diğer yandan Birleşik Krallık'ın Boris Johnson liderliğinde hızlanacak Brexit süreci, küresel ticarete pek çok taşıyırından oynatacak. Bu süreçte Türkiye ekonomisini sırtlayacak güç ise ihracat olacak. 2020'de ihracatta fark yaratacak 10 cazip pazarı ortaya koyduk.



Plastik cerrahi kariyerine nokta koyup kendi işini kurmaya karar veren kadın girişimci Hande Yazgan Dündar, önce evini Bodrum'a taşıdı sonra da şirketini kurdu. 'Candela' markasıyla 'faydalı ürün patenti' aldığı hem mum hem de krem olan ürünleri üretmeye başladı. Online sitesinden tüketicilere ulaşan markası, hem bireysel hem de kurumsal taraftan büyük ilgi görüyor.



'Kendine iyi bakmak' yani İngilizce olarak 'self care' adı verilen trend, dünya çapında giderek daha fazla ilgi görüyor. Bayer Tüketicici Sağlığı Küresel Pazarlama ve Dijital Lideri Patricia Corsi, "Toplumda sağlık okuryazarlığı oranının artması tüketici davranışlarında oldukça faydalı değişiklikleri beraberinde getiriyor.

- 5 İhracat cirosunu artırmayı hedefliyor
- 6 KOBİ GÜNDEMİ
- 8 **KAPAK KONUSU**
 - 2020'de KOBİ'ler için 10 cazip pazar
- 12 "Çevre ve sağlık alanına odaklandık"
- 14 Evlilik sektöründe büyüme sürüyor
- 16 2020'de Uzak Asya'ya açılacak
- 17 Tıp kariyerini bıraktı kendi markasını yarattı
- 18 Ek iş olarak başladığı işini Fransa'ya taşıdı
- 20 Terzi işi danışmanlık hizmeti veriyor
- 22 "Self care trendi giderek yükseliyor"
- 24 "Komşu Kahve'yi dünyaya açacağız"
- 26 EMITT'in bu yılki gündemi turizm 4.0
- 27 "2020 yılına ümitle bakalım"
- 28 Kapasite ve yeni ürünlerle hızlı büyüyecek
- 30 Cem Ener:
 - KOBİ'ler için Ücretsiz Dijital Dönüşüm
- 34 Prof. Dr. Volkan Demir:
 - Limited şirketlerin özellikleri
- 34 Işıl Demir:
 - Girişimcilikte sosyal sermaye
- 36 Yurtdışı Mal Talepleri
- 40 Fuar Takvimi
- 42 Vergi Takvimi



2019 yılında 13 milyar dolara ulaşan evlilik ve düğün sektörünün 2020 yılında yüzde 20 büyüme göstermesi bekleniyor. 22 sektöre dokunan evlilik sektöründe büyümenin sürecini söyleyen Patika Fuarçılık Genel Müdürü Didem Cıgla, "Türkiye'de düğün hazırlıkları sektöründe bir hareketlilik yaşanıyor ve pazar büyüyor" diyor.



Epsilon Yayınları bugün yayıncılık sektöründe en çok bilinen markalardan biri. Ömer Yenici'nin üniversite sınav sonuçlarını beklerken ansiklopedi satmasıyla başlayan süreç 1993 yılında Epsilon Yayınlarını kurmasıyla girişimcilik serüvenine dönüştü. Girişimci Ömer Yenici, yayıncılık serüvenini Fransa'ya taşımayı başardı.



İzmir'de 2016 yılında doğan Komşu Kahve markası dört şubeli bir zincire dönüştü. 2020 Mart ayı itibarıyla zincirdeki şube sayısı İzmir'den sonra İstanbul, Alanya ve Konya'daki şubeleriyle 7'ye çıkıyor. 2020'de 20 şubeye ulaşmayı planlayan marka yurtdışında İngiltere, Hollanda ve Katar ile temas halinde.

İhracat cirosunu artırmayı hedefliyor

Son 30 yıldır kanepeler, koltuk takımı, oturma grubu, yatak, baza, başlık, ev tekstili ve modüler mobilya üretimi yapan Ergün Mobilya, küçük bir atölyeden dev bir entegre üreticiye dönüştü. Yeni dönemde ihracat gelirine odaklanacaklarını söyleyen Ergül Mobilya Genel Müdürü Mustafa Kiraz, "2020 yılında yurtdışında ciromuzu yüzde 30 artırmayı hedeflemekteyiz" diyor.

Bundan 30 yıl önce, 1989'da küçük bir atölyede çekiş üretimi ile işe başlayan Ergün Mobilya, bugün 45 bin metrekarelik kapalı alanda kanepeler, koltuk takımı, oturma grubu, yatak, baza, başlık, ev tekstili ve modüler mobilya üretimi yapan bir Entegre Üretim Tesisi haline geldi. Ergül Mobilya Genel Müdürü Mustafa Kiraz, yeni dönemde ihracat cirosunu artırmaya odaklanacaklarını söylüyor.

Çatısı altında 500 kişiyi istihdam eden Ergün Mobilya'nın 2019 yılı itibari cirosu 120 milyon TL oldu. Şirket, Türkiye genelinde ve yurtdışında bayilik ağıyla büyüyor. Satış kurgusunu konsept mağazalar ile sürdüren Ergün Mobilya, halihazırda 100 farklı noktada konsept mağazası ile faaliyet gösteriyor. 2020 yılında yüzde 50 büyümeyi hedeflediklerini söyleyen Genel Müdürü Mustafa Kiraz, "Türkiye genelinde daha güçlü ve ulaşılabilir bir marka olmak adına mağaza sayımızı artırırken aynı zamanda reklam ve tanıtım faaliyetlerimizi de çoğaltacağız. 2020 yılında yurt içinde konsept mağaza sayımızı 150'ye çıkarmayı hedefliyoruz. Yurtdışında ise ciromuzu yüzde 30 artırmayı hedeflemekteyiz" diyor.

26 ülkeye ihracat

Dubai, Almanya, İngiltere, Avusturya, Ürdün, Libya, Suudi Arabistan gibi ülkeler başta olmak üzere 26 farklı ülkeye ihracat yaptıklarını kaydeden Mustafa Kiraz, "Top-



lam ciromuzun içinde ihracatımızın payı yüzde 10 civarında. Başta iç pazar mobilya sektörünün öncü markalarından biri olma yö-

nünde planlarımızı hayata geçirmek öncelikli hedefimizdir. Dış pazarda ise halihazırda ihracat yaptığımız ülkelerde franchising anlaşmalarımızı artırmak istiyoruz" diye konuşuyor. Mağazalarının Ergül Mobilya'nın yenilenmiş konsepti ile yeniden şekillendiğini dile getiren Kiraz, mağaza açmak için hedef lokasyonlarını her yıl güncellediklerini söylüyor. Yatırım düşünen bayi adaylarından hedef lokasyonlarda 1500 metrekare altı olmamak koşulu ile yer talep edildiğini anlatan Kiraz, "Mağaza içi için mimarlık biriminin belirlediği standartlara uygun dekorasyon yapılması önceliklerimizden biridir. Mağaza adaylarının lokasyon, mimari yeterlilik ve finans etüdleri yapıldıktan sonra hedef ciro uygunluk rasyoları olumlu olması halinde süreç başlatılmaktadır. Finansal ve çalışma detayları ekonomik göstergelere göre farklılık gösterebiliyor" şeklinde konuşuyor.

"Müşteriye özgün tasarım sunuyoruz"

Ergül Mobilya'nın kuruluşundan bu yana özgün tasarımlar sunmayı, firma kültürüne vazgeçilmez bir değer olarak kattığını ifade eden Kiraz, şöyle konuşuyor: "Kendi tasarımcılarımız ve AR-GE ekibimiz dışında alanlarında uzman olan profesyonel tasarımcılardan da destek alarak, ürünün doğuşundan mağazalarda müşterilerle buluşmasına kadar tüm ürün tasarımı, grafik, görsel düzenleme ve mağaza tasarım süreçlerini birlikte yürütmekteyiz. AR-GE ve tasarım ekibimiz, 'yeni neslin ve kendini yeni nesil hissedenerin tercihi' mottosuyla, tüketicilerin ihtiyaçlarını gözeterek, ergonomik, güvenli ve çevreye duyarlı, yenilikçi, kaliteli, yeni uygulamalar ve yeni deneyimler kazandıran özgün tasarımlara imza atıyor."

KOBİ GÜNDEMİ



Garanti BBVA'dan girişimciliğe 3 yeni destek

■ Garanti BBVA, Uluslararası Finans Kurumu (IFC), Avusturya Kalkınma Bankası (OeEB) ve Yeşil Büyüme Fonu (GGF) arasında imzalanan protokoller kapsamında 22 ilde yer alan enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji projelerine, KOBİ'lere, kadın girişimcilere 133 milyon dolarlık finansman desteği sağlanacak. Bu üç protokol anlaşmasını imzalayarak ekonomik büyümeyle beraber toplumsal kalkınmaya da destek olduklarını ifade eden Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, "Ülkemizin ve aslında dünyanın refah dolu bir gelecek hedefine ulaşmasında bankacılık sektörünün etkisinin ve rolünün farkındayız. Bu doğrultudaki faaliyetlerimizi en üst seviyeye taşımayı hedefliyoruz ve üzerimize düşen sorumlulukları yerine getirmekten, her zaman 'daha fazlasını nasıl yapabiliriz' diye sorup çözüm üretmek gurur kaynağımız" dedi. Garanti BBVA olarak sektöre öncülük ettiklerini ve sürdürülebilir finansman, iklim değişikliği, yenilenebilir enerji, girişimcilik, cinsiyet eşitliği, toplumsal fayda gibi konularda fark yaratan inisiyatifler aldıklarını kaydeden Baştuğ, şunları söyledi: "Bu alanlarda yeni ürün, hizmet ve iş birliklerini geliştirmekten, var olan iş birliklerimizi devam ettirmekten ve bunun bir parçası olarak ekonomide fırsat eşitliği sağlanması konusuna destek olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. IFC, OeEB ve GGF ile imzaladığımız protokollerle sunduğumuz 133 milyon dolarlık finansman desteği de bu bakış açımızın kıymetli bir sonucu."

Start up'lar hazır ofisleri tercih ediyor

■ Girişimcilik ekonominin temel taşlarından biridir. ABD'den başlayarak tüm dünyaya yayılan start up'lar bugün milyar dolarlık şirketlere dönüştü. Türkiye'de de son yıllarda hızlı çıkış yakalayan start up'lar, işe başlama maliyetlerini en düşük seviyede tutabilmek ve maksimum kazanç sağlamak için doğru adımlar atmaktadır. Ortaya atılan fikir ne kadar ilgi çekici olursa olsun, yatırımcı bulma ve başarıya ulaşma sürecine kadar geçen zamanda harcanacak kaynakların verimli ve tasarruflu tüketilmesi gerekiyor. Avustralya'dan dünyaya açılarak 23 ülke, 54 şehir ve 160 lokasyona yayılan hazır ofis fikrinin mucidi Servcorp'un Türkiye Direktörü Damla Özgönül, "Başarıya ulaşan start-up'lar her zaman iyi bir fikre sahip olmalarının yanı sıra başlangıç maliyetlerini düşük tutan ve kaynaklarını iyi kullanan girişimlerden çıkıyor" diyor. Özgönül'e göre, başlangıç maliyetlerini ortadan kaldıran, internet, telefon bağlantısı, sekreteryası, asistan desteği, temizlik ve güvenlik gibi hizmetleri yüksek kalitede ve düşük maliyetli sunan hazır ve paylaşımlı ofisler start-up'ların ihtiyacı olan her şeyi sunuyor.



10 başarılı girişim projelerini sundu



■ Limak Enerji'nin, Mentors Network Turkey iş birliğiyle 2018 yılında hayata geçirdiği TEA Limak Enerji Girişimcilik Hızlandırma Programı'nda yer alan 10 başarılı girişim, 9 ay süren eğitim ve mentorluk süreci sonunda Demo Günü'nde projelerini sundu. Geçtiğimiz yıl sonunda hayata geçirilen programda, girişimci adayları, girişimciler, erken aşamadaki startup ve şirketler için açılan çağrıya 100 enerji girişimi başvurdu. Türkiye'nin farklı şehirlerinden seçilen 10 girişim,

hızlandırma programı süresince 75 saat uygulamalı eğitim alırken, 120 saat mentorluk seansı gerçekleştirildi. Her bir girişim, Limak Enerji yöneticileri ile eşleştirilerek sektörel ve iş fonksiyonları bazında mentorluk seanslarına devam ettiler. Programa dahil olan girişimlerden Bren, Blink ve Demircioğlu pilot uygulamalarını Limak Enerji sahalarında gerçekleştirirken, Loggma ise Limak Enerji'nin Güneş Enerjisi Santrali projelerinde iş birliği fırsatı elde etti.



KOBİ'ler 2020'ye umutlu giriyor



■ Türkiye'nin hizmet alanında en büyük online hizmet platformu Armut, KOBİ'lerin nabzını tuttu. Armut, 400 binin üzerinde kayıtlı hizmet verene yönelik bir anket gerçekleştirdi. Araştırmaya Türkiye genelinde 45 ilden toplamda 856 KOBİ katıldı. Armut.com platformuna kayıtlı KOBİ'lerin yanıtlarıyla hazırlanan anket sonuçlarının bu yılki verilerine göre, özellikle

gençler ve kadınlar, 2020'de de istikrarlarını koruyacaklarını ve işlerini büyüteceklerini düşünüyor. Genellikle mevcut işlerini büyütmek ya da ek gelir sağlamak için Armut.com'u tercih ettiklerini belirten katılımcıların yüzde 40'ı 2019 yılında işlerini büyüttüklerini ifade etti. Ankete katılanlar arasında 2020 yılında mevcut durumlarını koruyacaklarını ya da gelecek yılın daha iyi geçeceğini düşünenlerin oranı geçtiğimiz yıla göre artarak yüzde 76'ya çıktı. Geçen yıl, 2019'a dair olumsuz beklenti belirtenlerin oranı %33 iken, 2020'ye karamsar yaklaşanların oranının %24'e düştüğünü görüyoruz. KOSGEB verilerine göre Türkiye'deki toplam istihdamın yüzde 73'ünü oluşturan KOBİ'ler, üretilen katma değer in yüzde 50,6'sını ve yatırımların yüzde 58,3'ünü oluşturuyor.



Start up'lara tedarik zincirinde pozitif ayrım

■ Yıllık 5,5 milyar TL'lik bir satın alma yapan Turkcell, tedarik zincirlerinde yerli startup'lara pozitif ayrımcılık yapıyor. Yaklaşık 1600 tedarikçi ile çalışan şirkette tedarik harcamalarının büyük bir kısmı şebeke yazılımı ve donanımlara yapılıyor. Turkcell Tedarik Zinciri Yönetiminden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ali Türk, şirketin uyguladığı "90-10" modeli startup destekleme programını şöyle anlatıyor: "İhale alan firmalara işin yüzde 10'u tutarındaki kısmını yerli bir startup'a yaptırmasını koşulluyoruz ve ilgili startup'ın Turkcell startup şartlarını taşıyor olmasına dikkat ediyoruz. Startup süreci ihaleyi alan tecrübeli ve kurumsal firmanın kontrolünde ilerletiyor ve yaparken öğrenmelerini devam ettiriyorlar. Turkcell'e fatura kestikleri için referanslarını da güçlendiriyorlar."

Oyuncak İhtisas OSB kuruluyor



■ Yıllık 700 milyon dolar dolayında oyuncak ithal eden Türkiye oyuncak sektörü temsilcileri, Kırklareli Vize'de gerçekleştireceği kümelenme ile yerli üretime geçecek imzaları attı. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Türkiye Sanayi Strateji Belgesi'nin de işaret ettiği üzere kurulması hedeflenen Oyuncak İhtisas Özel Organize Sanayi Bölgesi'nin tamamlanması ile oyuncak

üreticileri Teşvik Yasası'nın getirmiş olduğu yatırım teşviki, konum, istihdam ve kümelenmenin sağlayacağı maliyet avantajları ile sektörün ithalatını azaltırken, katma değerli üretim yapma imkanına sahip olacak. Oyuncak sektörünü; küçük sanayi siteleri ve şehir içinden kurtarıp birçok avantajın bir arada sunulduğu bir endüstri bölgesinde toplayacak Oyuncak İhtisas Özel OSB, Kırklareli-Vize'de kurulan PAGDER ASLAN Plastikçiler İhtisas Özel OSB'ye komşu olacak. Plastik sektörünün dinamikleri ile bir arada üretim yapma imkanına sahip olacak oyuncak üreticilerini temsilen TOY-KOOP, Asrey İnşaat, PAGDER ASLAN Plastikçiler İhtisas Özel Organize Sanayi Bölgesi (PAOSB) ve Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER) ile protokol imzaladı.

KOBİ ve Girişimcilik Ödülleri sahiplerini buldu



■ KOSGEB'in geleneksel hale gelen KOBİ ve Girişimcilik Ödülleri'nin altıncısı sahiplerini buldu. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve KOSGEB Başkanı Prof. Dr. Cevahir Uzkurt'un katılımı ile gerçekleştirilen ödül töreninde birinci olan finalistlere 7 kategoride ödülleri verildi. 2. binin üzerinde KOBİ ve girişimci, 7 farklı kategoride birinci olmak için yarıştı. Bu başvurular içerisinde her kategoride ödül alabilecek ilk üç başarılı firma finalist olarak belirlendi. Jüri üyeleri 21 finalistten 7 birinciyi belirledi. Törende finale kalan işletmelere Sanayi ve Teknoloji Bakanı Varank tarafından sertifikaları verildi. Daha sonra Bakan Varank ile KOSGEB Başkanı Prof. Dr. Uzkurt, 7 birinciye ve Jüri Özel Ödülü sahibi işletmeye ödülünü takdim etti.

KAPAK KONUSU

Aram Ekin Duran / eduran@ekonomist.com.tr

2020'de KOBİ'ler için 10 cazip pazar

08 KOBİ

OCAK 2020

Dünya ekonomisi 2020 yılı için parlak bir tablo sunmuyor. Bir yandan ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları diğer yandan Birleşik Krallık'ta iktidarını son seçimlerde perçinleyen Boris Johnson liderliğinde hızlanacak Brexit süreci, küresel ticarete pek çok taşı yerinden oynatacak. Bu süreçte Türkiye ekonomisini sırtlayacak güç ise ihracat olacak. Tüm sektörlerin 2020 projeksiyonunda ihracat ilk sırada geliyor. Özellikle KOBİ'ler, durağan iç talebe karşı dünyaya açılmanın peşinde. Yılın ilk sayısında 2020'de ihracatta fark yaratacak 10 cazip pazardaki iş ve ihracat fırsatlarını araştırdık.

Türkiye ekonomisi Ağustos 2018'deki kur krizinden bu yana içine girdiği durgunluktan henüz tam anlamıyla çıkabilmiş değil. Büyüme konusunda dipten dönüş sinyalleri olsa da, yüksek enflasyon ve işsizlik sarmalı nedeni ile şirketler yatırım kararlarını ertelemeye devam ediyor. Ekonomide önümüzdeki birkaç yıla yayılacak düşük büyüme ve yapışkan enflasyon tehlikesi giderek daha da olası

hale gelmiş durumda. Bu noktada başta KOBİ'ler olmak üzere, özel sektörün can simidi ise ihracat olacak. En ufağından en büyüğüne tüm şirketler için ihracatın önemi giderek artıyor. İster geleneksel yöntemlerle olsun, ister e-ticaretle olsun tüm iş dünyası ihracata kilitlenmiş durumda. Biz de yılın ilk sayısında okuyucularımız için 2020'de en cazip olacak 10 pazarı araştırdık. Bu pazarlar Çin'den Kana-

da'ya, Suudi Arabistan'dan Polonya'ya kadar dünya coğrafyasının farklı köşelerinde bulunuyor. Özellikle gıda, tekstil, makine ve beyaz eşyada Türk şirketlerinin önemli ihracat avantajları bulunuyor. Ortaya koyduğumuz 10 Pazar yalnızca kendi iç tüketimleri için değil, çevrelerindeki ülkeler için de cazibe merkezi olduklarından dolayı, çok daha geniş bir alana ihracat yapma imkanı sağlıyorlar.

AZERBAYCAN

Petrol geliri tüketime harcanacak

Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından 1991'de bağımsızlığını ilan eden Azerbaycan, uzun dönem ciddi siyasi ve ekonomik sorunlar yaşasa da son yıllarda özellikle petrol ihracatı üzerinden hızla zenginleşmeye başladı. Önümüzdeki 15 yıl içinde petrolden 50 milyar dolar gelir elde



edecek. Bugüne kadar ihracatı enerji ürünlerinden, ithalatı ise enerji sektörü için gerekli makine ve ekipmandan oluşan ülke, orta sınıfın gelişmesi ve zenginleşmesi ile artık gıdadan perakendeye sağlıktan telekomünikasyona pek çok alanda fırsatlar barındırıyor. Ayrıca Azerbaycan'ın en önemli dış ticaret partnerlerinden İran'ın ihracat mallarının Türk mallarından daha kalitesiz olması Türk ihracatçıları için avantaj. Bakü dışında Gence ve Lenkeran şehirleri de hızla gelişen pazarlar. Azerbaycan'a olan ihracatta makine, mekanik cihazlar, demir-çelik, mobilya, otomotiv öne çıkıyor. Yakın dönemde ise hastane ekipmanları, medikal cihazlar, gıdada ise bisküvi, şekerli mamüller, karnatlı et, narenciye ve makarna alanında fırsatlar oluşacak.

ÇİN

Yabancı yatırım yarası yürürlükte

1,4 milyarlık nüfusu ve 10,5 trilyon dolarlık Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) ile Çin, son 20 yılda dünya ekonomisinde giderek yükseldi ve ABD'den sonra en büyük güç haline geldi. Çin, Kuşak-Yol Girişimi (KYG) ile 1 trilyon dolarlık ekonomik büyüklük yaratacak ve 3 milyar insanı etkileyecek. Türkiye'nin de stratejik ortaklarından biri olduğu proje, Türk şirketlerinin Çin pazarına bakışını da değiştiriyor. Büyük holdinglerden küçük girişimlere kadar her boyutta şirket, Çin'e giriş yolları arıyor. Çin'de ilk Yabancı Yatırım Yasası, 1 Ocak 2020'de



yürürlüğe girdi. Yabancı Yatırım Yasası ile yabancı yatırımcılara yerli yatırımcılarla eşit muamele ilkesi getiriliyor. Ayrıca, yabancı işletmelerin varlıkları ve fikri mülkiyet hakları ile ticari sırların korunması konularına odaklanıyor. Söz konusu önlemler, serbest ticaret pilot bölgelerinde gerçek anlamda uygulanacak. Yeni dönemde Türk şirketler gıdadan elektroniğe, tekstilden beyaz eşyaya kadar pek çok alanda Çin'de yatırım fırsatlarını değerlendirmeye başlayacak.

KAPAK KONUSU

ENDONEZYA

200 milyonluk Müslüman nüfus avantaj

Dünyanın en büyük Müslüman nüfusuna sahip Endonezya, 1997'deki Asya krizinin ardından hızlı bir toparlanma sürecine girdi. Genç nüfusunun avantajını kullanarak tarım ve imalat sanayide büyüdü. Ülkede şirket kurabilmek için Yatırım Konseyi'ne başvurmak gerekiyor. Endonezya'nın ithalatında başlıca sektörler ham petrol, telefon cihazları, motorlu araçlar, otomotiv yedek parçalar. Endonezya 200 milyonluk Müslüman nüfusu ile Türkiye açısından çok yakından takip edilen ülkelerin başında geliyor.



Türkiye'nin Endonezya'ya ihracatında yaprak tütün, buğday unu, demir ve mermer ürünleri başı çekiyor. Öte yandan imalat ve tarımdaki gelişme özellikle makine sektöründe ihracat fırsatı yaratıyor. Başta değirmen makineleri, gıda işleme ve paketleme makineleri, tekstil makineleri ve savunma sanayi ürünleri konusunda ciddi talep var. Gıdada ise 200 milyonluk Müslüman nüfusa yönelik helal gıda ihracatında büyük fırsatlar var. Talep edilen başlıca ürünler zeytinyağı, domates salçası, kuru ve sert kabuklu meyveler.

KANADA

443 milyonluk NAFTA pazarına giriş

Kanada, gelişmiş ülkeler içinde 90'lı yıllardan bu yana istikrarlı büyümesini sürdüren ve küresel çaptaki krizlerde bile resesyona girmeyen dinamik ekonomisi ile dikkat çekiyor. Çalışan nüfusun yüzde 80'i hizmetler sektöründe istihdam edilmiş durumda. Öte yandan Ontario eyaleti son yıllarda yaptığı atakla ABD ve Japon otomotiv endüstrisinin kalbi haline gelirken, Quebec eyaleti ise uzay endüstrisinin 3 merkezinden biri konumunda. Dünyanın 3. büyük doğal gaz ve 6. büyük ham petrol üreticisi olan ülke, G-7 içinde yatırıma en elverişli ülke



seçildi. ABD ve Meksika ile gerçekleştirilen Kuzey Amerika Serbest Ticaret Alanı (NAFTA) sayesinde Kanada üzerinden 443 milyon tüketicie ulaşmak mümkün. Dolayısıyla özellikle ABD pazarına giriş için Kanada çok elverişli imkanlara sahip. Şirket kurmanın internet üzerinden yapılabildiği Kanada'ya gıda alanında zeytinyağı, konserve meyve sebze; sanayi alanında ise demir-çelik, alüminyum inşaat malzemeleri, oto yan sanayi, hazır giyim ve doğaltaş ihracatı mümkün.

İSRAİL

Beyaz eşya ve mobilyada ihracat fırsatı

İsrail ekonomisi iç pazarın küçüklüğü nedeniyle ihracat odaklı bir büyüme performansı sergiliyor. İsrail, savunma sanayi yatırımları ve yüksek eğitim düzeyi ile son yıllarda özellikle Ar-Ge alanında adından söz ettiriyor. Su kıtlığı ve tarımsal arazilerin inşaatla açılmasıyla İsrail'de özellikle tarımsal üretim konusunda sıkıntılar baş gösteriyor. Bu durum, gıda ithalatını da zorunlu hale getiriyor. İsrail'in toplam ithalatının yüzde 75'ini ham madde ithalatı oluşturuyor. Özellikle petrol ve doğalgaz ihtiyacı, ülke ekonomisi için hayati. İhracatında ise işlenmiş petrol ürünleri ve elmas başı çekiyor. 8 milyona yakın nüfusun kişi başına yıllık ortalama geliri 30 bin doların üzerinde. Dolayısıyla tüketim harcamaları konusunda AB ülkeleri ile eşdeğer bir pazar görünümünde. İsrail'e ihracatta otomotiv, tel kablo, demir çelik ve beyaz eşya öne çıkıyor. Önümüzdeki dönem hazır giyim, ev tekstili, ısıtma-soğutma cihazları, mobilya ve kimya ürünlerinde fırsatlar var.



Özellikle tarımsal üretim konusunda sıkıntılar baş gösteriyor. Bu durum, gıda ithalatını da zorunlu hale getiriyor. İsrail'in toplam ithalatının yüzde 75'ini ham madde ithalatı oluşturuyor. Özellikle petrol ve doğalgaz ihtiyacı, ülke ekonomisi için hayati. İhracatında ise işlenmiş petrol ürünleri ve elmas başı çekiyor. 8 milyona yakın nüfusun kişi başına yıllık ortalama geliri 30 bin doların üzerinde. Dolayısıyla tüketim harcamaları konusunda AB ülkeleri ile eşdeğer bir pazar görünümünde. İsrail'e ihracatta otomotiv, tel kablo, demir çelik ve beyaz eşya öne çıkıyor. Önümüzdeki dönem hazır giyim, ev tekstili, ısıtma-soğutma cihazları, mobilya ve kimya ürünlerinde fırsatlar var.

NIJERYA

Afrika'nın yükselen ekonomisi

Afrika kıtasının en kalabalık ülkesi olan Nijerya, son yıllarda küresel sermaye için cazibe merkezi haline gelen kara kıtanın en gözde pazarlarından biri. Güney Afrika'dan sonra Sahra altı Afrika'nın en büyük ikinci ekonomisi olan Nijerya'nın yüksek büyüme oranlarıyla önümüzdeki 15



yıl içinde Güney Afrika'nın tahtına oturması bekleniyor. Gelir dağılımındaki dengesizliğin yüksek olduğu Nijerya'da 16 milyon konut açığı olduğu tahmin ediliyor. Bu durum ülke geliştikçe başta inşaat, mobilya, beyaz eşya ve demir-çelik olmak üzere pek çok sektörde ihracat fırsatları yaratıyor. Öte yandan 180 milyona dayanan nüfusu ile telekomünikasyon ürünlerine ilgede patlama yaşanıyor. Cep telefonu abone sayısının 2020'de 160 milyona ulaşacağı öngörülmüyor. İkinci el araba ve traktörlere yoğun ilgi gösterilen Nijerya'da oto yan sanayi ürünleri ithalatı her geçen gün artıyor. Ayrıca kalabalık genç nüfus ve artan doğurganlık oranı ile özellikle hijyenik havlu ve bebek bezleri ihracatında fırsatlar var.

POLONYA

Perakende piyasası hızla büyüyor

Küresel krizden en az etkilenen AB ülkesi olan Polonya, büyük üreticilerin AB'ye yönelik üretimlerini Doğu Avrupa'ya kaydırmasıyla öne çıktı. Son yıllarda yakaladığı yüksek büyüme oranlarıyla Doğu Avrupa ülkeleri içerisinde en çok yatırım çeken ülke haline gelen Polonya, 2014-



2020 AB bütçesi kapsamında 80 milyar Euro yardım aldı. Polonya'nın AB üyeliği ile birlikte Türkiye'nin bu ülkeye ihracatı da hızla arttı. Polonya, 320 milyar dolarlık perakende piyasası ve 400 bin mağazası ile AB'ye katılan yeni 10 ülke içerisinde en büyük pazara sahip. Özellikle hazır giyim, ev tekstili ve gıda ürünlerinde önemli fırsatlar var. Çikolata mamülleri, bisküvi, tütün, yaş meyve sebze ve çay önde gelen ihracat ürünleri haline gelebilir. Sanayide ise motorlu taşıt yedek parçaları, televizyon alıcıları ve monitörler, beyaz eşya, pamuklu kumaş ihracatında 10 milyar doları aşan fırsat bulunuyor.

2020 AB bütçesi kapsamında 80 milyar Euro yardım aldı. Polonya'nın AB üyeliği ile birlikte Türkiye'nin bu ülkeye ihracatı da hızla arttı. Polonya, 320 milyar dolarlık perakende piyasası ve 400 bin mağazası ile AB'ye katılan yeni 10 ülke içerisinde en büyük pazara sahip. Özellikle hazır giyim, ev tekstili ve gıda ürünlerinde önemli fırsatlar var. Çikolata mamülleri, bisküvi, tütün, yaş meyve sebze ve çay önde gelen ihracat ürünleri haline gelebilir. Sanayide ise motorlu taşıt yedek parçaları, televizyon alıcıları ve monitörler, beyaz eşya, pamuklu kumaş ihracatında 10 milyar doları aşan fırsat bulunuyor.

TÜRKMENİSTAN

İnşaat malzemeleri ihracatında patlama

Dünyanın dördüncü büyük doğalgaz rezervlerine sahip Türkmenistan, 2030'da doğalgazda 250 milyar metreküp, ham petrolde 110 milyar metreküplük üretime hazırlanıyor. Tarım sektörünün yüzde 70'ini pamuk üretimi oluşturduğu Türkmenistan, Orta Asya'da Özbekistan'ın ardından



ikinci büyük pamuk üreticisi konumunda. Dünyada Türk müteahhitle- rinin en çok iş aldıkları ülke olan Türkmenistan'da, havaalanı, olimpiyat köyü, köprüler, yol geçitleri, elektrik santralleri, liman, konut ve sanayi tesisleri inşa

ediyor. Ülkenin bağımsızlığını ilan ettiği dönemden bugüne Türk şirketlerinin aldığı işlerin miktarı 40 milyar doları geçiyor. Bu durum ülkeye inşaat malzemeleri ihracatını çok cazip kılıyor. Türkiye'nin yaklaşık 2 milyar dolarlık ihracatının neredeyse tamamını inşaat malzemeleri oluşturuyor. Gıdada ise bitkisel yağlar ve meyve suyu ihracatında potansiyel yüksek.

ŞİLİ

STA ile 4 milyar kişiye ulaşma şansı

Güney Amerika'nın güneybatısında yer alan Şili, Atlantik ve Pasifik okyanusları arasında stratejik bir konuma sahip. 20 bin dolara ulaşan kişi başına yıllık geliri ile Güney Amerika'nın en önemli ekonomileri arasında bulunuyor. Ticaretinin yüzde 90'ını serbest ticaret anlaşmaları (STA)



üzerinden gerçekleştiren Şili ile Türkiye arasında da 2011'de STA imzalandı. Amerika kıtasında Türkiye'nin imzaladığı ilk STA olan bu anlaşma ile iki ülke ticaretinin yüzde 96'si gümrük vergilerinden muaf

tutuldu. Türkiye'nin Şili'ye ihracatına konu olan 7277 tarife kaleminde gümrük vergisi uygulanmıyor. Bu da toplam ihracatın yüzde 95'inde denk geliyor. Şili, imza attığı 60 STA düşünüldüğünde Türk ihracatçıları için 4 milyar kişiyi kapsayan dev bir pazara giriş anahtarı konumunda. Tarımda çikolata mamülleri, zeytinyağı ve mayada; sanayi ürünlerinde ise demir çelik çubuklar, jeneratör ve oto yedek parçası alanlarında ihracat potansiyeli yüksek.

SUUDİ ARABİSTAN

30 milyar dolarlık yeni bir kent

Toplam ihracat ve kamu gelirlerinin yüzde 90'ının petrol ve ilgili sektörlerden oluşması nedeniyle Suudi Arabistan'ın ekonomik performansında petrol fiyatlarının önemli bir etkisi var. Ülke 1967'den beri dış ticaret fazlası veriyor. Doğal kaynaklara bağımlılığı azaltma hedefleri doğ-



rultusunda "Kral Abdullah Şehri" isimli yeni bir şehir oluşturma planı uygulamaya başlandı. 30 milyar dolar harcanarak oluşturulacak bu şehrin bir sanayi şehri olması planlanıyor. Öte

yandan franchising sistemi popülerliğini artırıyor. Yerel bir çalışmaya göre, Suudi franchise sektörünün önümüzdeki 3 yıl içerisinde yıllık yüzde 10-12 büyümesi bekleniyor. Gıdada nohut, mercimek ve narenciyede ihracat potansiyeli yüksek. Sanayi ürünlerinde ise demir-çelik, mobilya, hazır giyim, beyaz eşya, ayakkabı ve dokuma halı ihracatında önemli fırsatlar var.

“Çevre ve sağlık alanına odaklandık”

Düzce Teknopark, Pakistan'ın Comsats Üniversitesi ve Çek Cumhuriyeti'nin South Bohemia Üniversitesi ile teknoloji transferi konusunda işbirliği yaptı. Düzce Teknopark Genel Müdürü Dr. Özkan Şahin, çevre ve sağlık alanında ticarileşme potansiyeli olan ihtisaslaşma programı ile iş modeli geliştirme ve doğrulama, mevcut pazar payını büyütme, pazar stratejisi geliştirmek gibi hizmetler verdiklerini söylüyor.

Düzce Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi, sekiz yıldır faaliyet gösteriyor. Şu anda yazılım, tarım, makine ve teçhizat imalatı başta olmak üzere birçok sektörden 32 firma Düzce Teknopark'ta AR-GE faaliyetleri yürütüyor. Henüz yeni gelişmekte olan teknoparkta 1,1 milyon dolar ihracat gerçekleştiriliyor. 40 milyon TL ciro gerçekleştiren şirketler ağırlıklı olarak yazılım, çevre ve sağlık üzerine faaliyet gösteriyor. Düzce Teknopark Genel Müdürü Dr. Özkan Şahin, çevre ve sağlık alanında ticarileşme potansiyeli olan ihtisaslaşma programı ile iş modeli geliştirme ve doğrulama, mevcut pazar payını büyütme, pazar stratejisi geliştirmek gibi hizmetler verdiklerini söylüyor. Özellikle çevre ve sağlık alanına odaklandıklarını ifade eden Şahin, “Pakistan'ın Comsats Üniversitesi ve Çek Cumhuriyeti'nin South Bohemia Üniversitesi ile teknoloji transferi konusunda işbirliği yaptık. Kuluçka firmalarının karşılıklı olarak iki ülkede ofis açabilmeleri, bu sayede farklı pazarlara ulaşabilmeleri ve bünyelerine görev yapan AR-GE personellerinin değişimi konularında karşılıklı işbirliği imzaladık” diyor. Şahin, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Düzce Teknopark'ta kaç şirket faaliyet gösteriyor? Şirketler ağırlıklı olarak hangi sektörlerde faaliyet gösteriyor?

Düzce Teknopark 2011 yılında kurul-

Öğretim elemanı ve öğrencilere yüzde 50 indirim

Düzce Teknopark'ta kira bedelleri metrekare başına 20 TL+ KDV. Ayrıca öğretim elemanlarını ve öğrencileri teşvik etmek amacıyla Düzce Teknopark'ta faaliyetlerini sürdüren ve yeni faaliyette bulunacak olan öğretim elemanı firmalarına, öğrencilere ve çoğunluk hissesi öğretim elemanına ait şirketlerin kira bedeli metrekare ücretinde yüzde 50 indirim uygulanıyor.oyuncu konumunda.

masına karşın 2018 yılı ortasına kadar 15 firma ile prefabrike bir binada faaliyetlerini sürdürmekteydi. 2018 Mayıs ayında yeni binamıza taşınmamızla birlikte firma sayımızda yüzde 100'ün üzerinde bir artış meydana geldi. Şu anda yazılım, tarım, makine ve teçhizat imalatı başta olmak üzere birçok sektörden 32 firma Düzce Teknopark'ta AR-GE faaliyetleri yürütüyor.

Teknoparkınızda girişimcilere ne gibi destekler veriyorsunuz?

Ön kuluçka desteğimizde eğitimler, mentörlük desteği hizmetleri, iş fikrinin olgunlaştırılması, iş planı hazırlanması, iş fikri doğrulama çalışmaları, yatırımcı eşleştirme, çalışma alanları hizmetleri sağlıyoruz. Kuluçka hizmetlerinde de bunlara ek olarak, olgunlaşmış iş fikirlerinin, AR-GE çıktıların ticarileşmesi, kamu fon kaynaklarına erişim, teknik alt yapı hizmetleri veriliyor. Hızlandırıcı programda da kuluçka şirket sürecini tamamlamış ya da tamamlamak üzere olan işletmelere ve üniversitemizin misyon

projesi olan çevre ve sağlık alanında ticarileşme potansiyeli olan ihtisaslaşma programı ile iş modeli geliştirme ve doğrulama, mevcut pazar payını büyütme, pazar stratejisi geliştirmek gibi hizmetler veriyoruz.

Kuluçka merkeziniz hakkında bilgi verir misiniz? Kaç start up bulunuyor?

Yeni hizmet binamız ile kuluçka merkezimizin de kapasitesini artırma imkanına sahip olduk. Mevcut durumunda 36 start up faaliyet gösteriyor. Yeni bir iş fikrine sahip olan herkese kapımız açık.

Yurtdışına yönelik ne gibi planlarınız var?

Uluslararasılaştırma kapsamında 2018 yılında Düzce Teknopark yönetim kurulu, Silikon Vadisi'ne vadisine giderek çalışmaları bizzat yerinde inceledi. Ulusal başarıya sahip olan teknopark faaliyetlerine uluslararası destek sağlaması adına Pakistan'ın Comsats Üniversitesi ve Çek Cumhuriyeti'nin South Bohemia Üniversitesi ile teknoloji transferi konusunda işbirliği yap-

tık. Kuluçka firmalarının karşılıklı olarak iki ülkede ofis açabilmeleri, bu sayede farklı pazarlara ulaşabilmeleri ve bünyelerine görev yapan AR-GE personellerinin değişimi konularında karşılıklı işbirliği imzaladık.

Teknoparkınızı cazibe merkezi haline getirmek için ne gibi çalışmalar yürütüyorsunuz?

Firmalarımız için; eğitimler, bilgilendirme günleri, tecrübe paylaşımları etkinlikler ile bilgi, deneyim ve kaynaşmanın sağlanmasına katkı sunuyoruz. Düzce’de kendilerine indirim ve avantajlar sağlayacak Teknokart projemiz bulunuyor. TÜBİTAK 1601 desteği ile desteklenen teknoloji transfer ofisimiz ile firmalara hizmet veriyoruz. Kapsül Kuluçka Merkezimiz ile 2016

yılından itibaren 78 projeye ön kuluçka ve kuluçka desteği verdik. Çocuk Teknoparkı, adı altında marka tescilini de almış olduğumuz programımızda ilkokul ve ortaokul öğrencilerine robotik, kodlama, laboratuvar, İngilizce, sanat tasarım, ilk yardım, güvenli yaşam gibi dersler ile üç yıldır bölgemizde yer alan öğrencilerimize farkındalık oluşturuyoruz. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Mali Destek projesi ile Tasarım Prototipleme ve İnovasyon Merkezi kuruyoruz. Bununla bölgemizdeki sanayici ve girişimcilere prototipleme desteği vereceğiz.

Orta vadede kaç girişimciye ev sahipliği yapmayı hedefliyorsunuz?

Her yıl 15 yeni projeyi kuluçka prog-

ramımıza dahil ederek ortalama 45-60 arasında yeni girişimciye destek verilecek.

Bu yıl ve önümüzdeki yıl yapacağınız yatırımlar hakkında bilgi verir misiniz?

Fiziki altyapımızın tamamlanması ile birlikte kurumsal planlamalara hız verilecek. Bu kapsamda bölgenin lokomotif sektörü konumunda olan ağaç endüstrisi, makine endüstrisi ve tekstil endüstrisine yönelik bölgesel projeler ve kümelenmeler hedefleniyor. Ayrıca bölge sanayinin ihtiyacı olan alanda bir prototipleme merkezi de 2020 yılı içerisinde faaliyetlerine başlayacak. Üniversitenin misyon projesi olan sağlık ve çevre alanında hızlandırıcı program ile bölgenin ilgili alanda hızlandırıcı üsü olmasını hedefliyoruz.



DR. ÖZKAN ŞAHİN

Evlilik sektöründe büyüme sürüyor

2019 yılında 13 milyar dolara ulaşan evlilik ve düğün sektörünün 2020 yılında yüzde 20 büyüme göstermesi bekleniyor. 22 sektöre dokunan evlilik sektöründe büyümenin süreceğini söyleyen Patika Fuarcılık Genel Müdürü Didem Cılga, "Türkiye'nin bulunduğu coğrafyanın en genç nüfusuna sahip olması dolayısıyla evlenen genç sayısı her yıl artıyor, düğün hazırlıkları sektöründe bir hareketlilik yaşanıyor ve pazar büyüyor" diye konuşuyor.

Türkiye'de evlenen çift sayısı yıllık 450 bin ve 600 bin arasında değişiyor. Ekonomik durgunluğa rağmen evlilik/düğün pazarı büyümeye devam ediyor. Üstelik sektör turizmden beyaz eşyaya, organizasyondan mobilyaya 20'nin üzerinde sektörün hareketlenmesini sağlıyor. 2019 yılında sektörün büyüklüğü 13 milyar dolara ulaştığı tahmin ediliyor. 2019 yılında yüzde 15 büyüyen sektörün 2020 yılında ise yüzde 20'lik bir büyüme göstermesi bekleniyor.

Son 10 yılda istikrarlı olarak büyüyen sektörde özellikle gelinlik, davet organizasyonu ve düğün mekanları gibi alanlarda hızlı bir ilerleme görülüyor. Türkiye'de pazarın bu kadar hızlı büyümesinin öncelikli sebebi genç nüfus. Uzun yıllardır evlilik sektörüne yönelik fuar düzenleyen Patika Fuarcılık Genel Müdürü Didem Cılga, "Türkiye'nin bulunduğu coğrafyanın en genç nüfusuna sahip olması. Dolayısıyla evlenen genç sayısı her yıl artıyor, düğün hazırlıkları sektöründe bir hareketlilik yaşanıyor ve pazar büyüyor. Saydığım nedenlerden ötürü, sektör krize rağmen büyümeye devam etti" diyor. Pasta hızla büyüye de firma sayısı da çok arttığı için karlılıklar daralıyor. Her şeye rağmen bu sektör, birçok farklı sektörü içinde barındıran ve en az 22 sektörden oluşan bir çatı sektör olduğu için sektör yatırımcılarının dikkatini çekmeye devam ediyor.

Düğün için yurtdışından geliyorlar

Dünyada düğün sektörü 165 milyar dolar büyüklüğe ulaşıyor. Türkiye'de düğün sektörünün turizm içindeki payı yüzde 10. Ancak yapılan yeni yatırımlar ve yeni fikirlerle bu payın yüzde 20'lere çıkması bekleniyor. Sektörde son dönemde yabancı düğünlerinin de sayısı artıyor. Özellikle İstanbul Boğazi Hattı, Antalya ve Bodrum'daki lüks otellerde düğün yapmak isteyenler yabancıların sayısı çoğalıyor. Geçtiğimiz yıllarda Türkiye'de pek çok sektörü hareketlendiren Orta Doğulular, düğün turizminde de ilk sıralarda yer alıyorlar. Ancak son zamanlarda en dikkat çeken talepler, İran ve Hindistan'dan geliyor. Birkaç sene boyunca Antalya, İstanbul ve Bodrum'da, özellikle Hint, Lübnan ve Rus düğünlerinin revaçta olacağını söyleyen Cılga, "Yabancı düğünlerinin ortalama bütçeleri 50 bin dolarla 200 bin dolar arasında değişiyor. Ama tabii ki burada bir sınır yok. Milyon dolarlık çok sayıda düğüne şahit olmaya başladık. Özellikle Hint düğünleri bu anlamda en yüksek bütçeli olanları" diye konuşuyor.





DİDEM CILGA

Gelinlik en hızlı büyüyen kategori

Evlilik sektöründe gelinlik en hızlı büyüyen kategoriler arasında yer alıyor. Son yıllarda gelinlik, başlı başına bir sektör haline gelmiş durumda. Şu an İstanbul'da 4 bin'den fazla gelinlikçi mevcut. Ondan sonra gelen en önemli sektör ise düğün mekanları. Özellikle son dönemde İstanbul'da ciddi anlamda kır düğünü mekanları enflasyonu yaşanıyor. Totale bakıldığında İstanbul'daki düğün mekanları sayısı tüm Türkiye'nin toplamından daha fazla. Bir de kına firmaları son dönemde oldukça ön plana çıkıyor. Artık çiftler düğün yapar gibi kına organizasyonu yapıyor ve kınaya en az düğün kadar önem veriyorlar.

Son yıllarda evlilik sektörünün ihracatı da son yıllarda artıyor. Özellikle Orta Doğu'ya çok fazla gelinlik ihracatı yapılıyor. Bir de bu yıl düğün ekipmanları konusunda büyüme var. Avrupa ve Orta Doğu'daki düğün salonu ve düğün mekanlarının masa, sandalye, şamdan, abajur, çiçek, taht ve kına



malzemeleri, aksuesuar, ses-ışık gibi pek çok malzemesi Türkiye'den gidiyor. İhracatta önümüzdeki dönemde Almanya, Hollanda, Belçika, Danimarka, Lübnan, Irak, Filistin gibi ülkeler öne çıkıyor.

Düğün 150 bin TL'ye çıkıyor

2020 yılında düğünlerde öne çıkan en popüler trend 'doğaya dönüş'. Bu nedenle firmalar daha doğal, ekolojik ve organik ürünlerle tüketicinin karşısına çıkıyor. Bu sene evlilik için gereken ortalama bütçe; çift-

ler yalnızca nikâh yapacaksa 50 bin TL, kına ve düğün gibi organizasyonlar da olacaksa 100 bin TL - 150 bin TL arasında değişiyor. Didem Cılga, "Düğün organizasyonunun nasıl, nerede, kaç kişi yapılacağına göre bütçeler çok farklılık gösterse de son iki yılda ortalama 50 bin TL'lik bir artış olduğunu söylememiz mümkün" diyor.

Pazardaki bu potansiyel farklı alanlarda yatırımların hız kazanmasına neden oluyor. Fuarçılık da bunlardan biri. Evlilik Hazırlıkları ve Düğün Ekipmanları Fuarı'nın bu yıl 17-18 Ocak tarihlerinde 18'incisi düzenlenecek. 2019 yılında 2.5 milyar dolarlık bir hacim yaratan fuar, bu yıl 8 bin metrekaRELİK alanda gerçekleşecek ve yaklaşık 120 firmanın katılacak. Evlilik Fuarı'nı 30 bin kişinin ziyaret etmesini bekleniyor.

Bu yıl bir katı tamamen toptan satış yapan firmalara ayırdıklarını söyleyen Patika Fuarçılık Genel Müdürü Didem Cılga, "Fuarı Avrupa ve Arap ülkelerinden ciddi sayıda düğün mekânı ve davet organizasyon firması bekliyoruz. Almanya, Belçika, Hollanda, Suudi Arabistan, Lübnan, Irak, Mısır ve Kuveyt gibi ülkelerdeki sektör temsilcilerini fuara davet ettik. Mali olarak sektörün

içindeki daralmayı bu yolla aşmayı hedefledik. Yurt dışından inanılmaz bir ilgi var, çünkü Türkiye'de bu konuda üretim yapan firmalar Orta Doğu ve Avrupa'nın en uygun maliyetli, şık ve tasarım ürünlerini piyasaya sunuyor. Ülke olarak bu konuda özellikle Avrupa'nın baş tedarikçisi konumundayız" diyor.

Fuarın bu yıl ki konsepti modern insanın toprağa, ağaca yani doğal bir hayata olan özleminden doğan 'doğaya dönüş' konsepti olarak belirlendi. Gençlerin dünyanın gidişatından duydukları endişenin de bir yansıması olan organik düğünlerin sayısının bu yıl da hızla artması bekleniyor. Geçtiğimiz yıllardan devam eden konseptler ise vintage ve bohem olarak dikkat çekiyor. Cılga, özellikle son yıllarda ve bu yılda tercih edilen gelinlik modellerinde bohem esintileri gördüklerini söylüyor.

2020 sonunda Uzak Asya'ya açılacak

Uzun yıllar tasarım ve sanat alanlarında çalıştıktan sonra kendi girişimi Lagu'yu hayata geçiren Ufuk Ceylan, özel ürünleri satışa sunduğu ilk mağazasını İstanbul Nişantaşı'nda hayata geçirdi. Bu yıl Londra ve Singapur'dan yurtdışı açılımını yapmaya da hazırlanan Ceylan, 2020'de 5 milyon dolar ciro hedefliyor.



Tasarım ve sanat alanında yaptığı çalışmalarıyla 15 yıldır sektörde yer alan Ufuk Ceylan'ın liderliğinde kurulan Lagu'nun temelleri, kendisi gibi tasarımcı olan eşi Dilek Ceylanla birlikte yayınladıkları tasarım kitabının tanıtımı için Singapur'a yaptıkları seyahatler sırasında, mobilya tasarımlarının Singapurlu yatırımcıların dikkatini çekmesiyle atıldı.

Ardından gelişen süreçle beraber, vakit kaybetmeden ilk mağazasını Temmuz 2019'da, Teşvikiye Güzelbahçe sokakta üç katlı bir showroom'da açan Lagu; hepsi orijinal, minimal ve modern çizgiye sahip ürünleriyle ve özgün mağaza tasarımıyla ziyaretçilerinin ilgisini çekiyor.

Lagu Teşvikiye mağazasında; konsollar, yemek odaları, yatak odaları, oturma grupları gibi mobilya ürünlerinin yanı sıra, özel olarak sınırlı sayıda üretilmiş edisyonlu mobilyalar da sergileniyor.

İstanbul'un ardından rotalarını yurtdışına kırdıklarını belirten Lagu Kurucusu Ufuk Ceylan, "Singapur ve Londra ile birlikte üç lokasyonda hizmet vermeyi planlıyoruz. 2020 yılının sonunda ciromuzu 5 milyon dolara çıkarmayı hedefliyoruz" diyor.

Asya ve AB'de büyüyecek

Bugün 40'in üzerinde tescilli tasarımı bulunan Lagu, 2020 yılı içinde bu sayıyı 200'e çıkarmayı hedefliyor. Ayrıca önümüzdeki yıllarda özellikle yurtdışındaki mobilya ve de-

İkinci mağaza Singapur'da

Asya'nın en önemli ticaret ülkelerinden biri olan Singapur'un, 2015 yılında UNESCO tarafından 'City of Design' seçilmesiyle; Asya'nın en modern yüzü olarak dikkat çekiyor. Ülke, hem özel sektör hem de hükümet politikaları gereği tasarıma özel bir önem veriyor. Bu sebeple tasarım alanında da oldukça efektif destek ve yatırımlarda bulunuyor. Singapur'da mobilya ve dekorasyon sektörünün 2019 yılında 652 milyon dolar hacme sahip. Singapur'un bu yatırım potansiyelini ve tasarım desteğini yakından takip ettiklerini belirten Ufuk Ceylan, Teşvikiye'den sonra ikinci mağazasını 2020 yılında Singapur'da açmayı planlıyor. Ceylan, "Lagu'nun Singapur'u tercih etmesinin bir diğer nedeni dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinin yer aldığı, Asya kıtasına açılan en önemli ve etkili ticaret kapısı olması" diyor.

korasyon fuarlarında da tescilli tasarımlarıyla adını sıkça duyuracak.

Beş kat büyüme stratejisiyle yol haritasını oluşturan Lagu, bu hedefini gerçekleştirmek için öncelikle Asya pazarındaki ih-

racat avantajlarını kullanmayı, ardından yaratıcı tasarım anlayışı ve dijital pazarlama imkanlarını da kullanarak Asya ve Avrupa pazarlarına açılmayı hedefliyor.

Avrupa pazarlarında, kilit nokta olarak



DİLEK CEYLAN - UFUK CEYLAN

Londra'yı konumlandırılan Lagu, 2020 yılının son çeyreğinde Londra ayağını hayata geçirmeyi planlıyor. Bu yıl 12-20 Eylül 2020 tarihleri arasında gerçekleşecek Londra Tasarım Festivali'ne katılımıyla beraber de orada adını duyurmayı hedefleyen Lagu, yıl sonunda Singapur, Londra ve İstanbul ile beraber toplamda üç lokasyonda hizmet vermeyi amaçlıyor.

Tıp kariyerini bıraktı kendi markasını yarattı

Plastik cerrahi kariyerine nokta koyup kendi işini kurmaya karar veren kadın girişimci Hande Yazgan Dünder, önce evini Bodrum'a taşıdı sonra da şirketini kurdu. 'Candela' markasıyla 'faydalı ürün patenti' aldığı hem mum hem de krem olan ürünleri üretmeye başladı. Online sitesinden tüketicilere ulaşan markası, hem bireysel hem de kurumsal taraftan büyük ilgi görüyor.

Profesyonel hayattan uzaklaşıp kendi şirketini kuran pek çok kadın girişimci var. Hande Yazgan Dünder de onlardan biri. Onun hikayesi ABD ve İstanbul'dan sonra Bodrum'da devam ediyor. Hande Yazgan Dünder, iş hayatına 2006 yılında adım atıyor. 7 yıl kadar Houston Texas Baylor College of Medicine ve Amerikan Hastanesi'nde eş zamanlı olarak plastik cerrahi ve rekonstrüktif cerrahi üzerine çalışıyor. Bu arada iki akademik yayın çıkarıyor. Sonrasında yine plastik cerrah olan Reha Yavuzer ve eşi Nur Bilen Yavuzer ile Rene Klinik'i kuruyor. Medikal direktörlüğünü üstlendiği klinikte 3,5 yıl geçiriyor.

Ancak daha sakin bir hayatı tercih etti. Evlenip, Bodrum'a yerleşme kararı alıyor. Taşındı ama bunca bilgi birikimi boşa gitsin istemediği için eşi ile birlikte 'faydalı ürün patentini' aldığı hem mum hem de krem



HANDE YAZGAN DÜNDAR

olan ürünleri üretmeye başlıyor. 'Candela' markasıyla ürettiği mumlar, online sitesi kanalıyla bireysel tüketiciler kadar kurumlarda da hediye olarak büyük ilgi görüyor. Özellikle Ege'deki lüks otellerin de ürünlerine büyük ilgi gösterdiğini dile getiren Hande Yazgan Dünder, "Lüks otellerin her yıl fuarlarında ve sezona hazırlanırken odalarında mumlarımızla yanlarında olmaktan çok mutluyum. Bir de bu yıl Dubai ve Paris'teki 2 otele girdik ki bu da bizi çok mutlu etti" diyor.

El yapımı mumlar

Geçen yıl eşiyle birlikte Milas Havaalanı'na yakın bir orman köyüne taşınan Hande Yazgan Dünder, organik yaşam ile iç içe bir hayat sürüyor. Tüm üretimini köyde; yeşillik içinde, çam/zeytin gölgesinde, horoz ve inek sesleri içinde yapıyor. Çevredeki endemik bitkileri de doğal mumlarında kullanan Hande Yazgan Dünder, şunları anlatıyor: "Özenli bir üretim sürecinden geçirilerek su buharı distilasyonu ve soğuk presleme gibi doğal yöntemlerle üretim gerçekleşiyor. Her aşaması el yapımı olan Candela mumlarının her biri benim bebeklerim gibi. Koku seçimine, bileşmelerin yoğunluğuna ben karar veriyorum. Mum dökümünden soğutmasına, her siparişin mevsime göre bitki ya da çiçekler kullanarak paketlenmesinden gönderimine kadar tüm süreçle kendim ilgileniyorum."

Bitkisel içerikli mum üretiyor Candela'nın Türkiye'nin ilk losyon mum markası olduğuna dikkat çeken Hande Yazgan Dünder, ürünlerinin sağlık açısından da pek çok olumlu etkisi olduğuna değiniyor. Örneğin; lavanta ve badem baş ağrısı ve migrene iyi geliyor, yasemin ve yeşil çay sakinleştiriyor, guava ve nane beynin hipotalamus bölgesini etkileyip tokluk hissi veriyor. Hande Yazgan Dünder mumlarında; paçuli, Bodrum mandalinası, nar çiçeği, Hindistan cevizi, yaban mersini, sandal ve sedir ağacı gibi pek çok şifalı içeriği de kullanıyor. Candela'nın, balın şifasını yağların iyileştirici özelliği ile birleştiren ürünleri de bulunuyor. Mumların kokusu ile rahatlatıldığını ve bulunulan alanın enerjisini iyileştirdiğini ifade eden Hande Yazgan Dünder, "Sonra mumun eriyen kısmını el ve vücuda sürerek cildinize ihtiyaç duyduğunuz nemi içeriğindeki shea yağı ile kazandırıyoruz" diyor.

Ek iş olarak başladığı işini Fransa'ya taşıdı

Epsilon Yayınları bugün yayıncılık sektöründe en çok bilinen markalardan biri. Ömer Yenicinin üniversite sınav sonuçlarını beklerken ansiklopedi satmasıyla başlayan süreç 1993 yılında Epsilon Yayınlarını kurmasıyla girişimcilik serüvenine dönüştü. Girişimci Ömer Yenic, yayıncılık serüvenini Fransa'ya taşımayı başardı.

Girişimcilerin büyük bir kısmının girişim öyküleri öğrencilik yıllarına kadar dayanıyor. Epsilon Yayınları Kurucusu ve Genel Müdürü Ömer Yenicinin girişim öyküsü de liseyi bitirip üniversite sınavlarını beklediği dönemde başladı. 1978 yılında liseyi bitirip üniversite sınavlarına girdikten sonra sınav sonuçlarını beklerken para kazanmak üzere işi arayışına giren Ömer Yenic, gazete ilanlarından Osmanbey'de bir ansiklopedi satış şirketine ulaşmış ve orada çalışmaya başlamış. Doğa Bilimleri, Dinler Tarihi gibi birçok ansiklopedinin satışını yapmaya başlayan Ömer Yenic, 50TL'ye satın aldığı Bond çanta ile iş hayatına atıldığını söylüyor.

Kapı kapı dolaşıp günde 3-4 set ansiklopedi satmayı başaran ve bu işten iyi kazanç sağlayan Yenic, o süreçte İTÜ Matematik Mühendisliği bölümünü kazandı ve bu süreçte ansiklopedi satışına devam etme kararı aldı. Üniversiteyi bitirdikten bir yıl sonra askere gidene kadar ansiklopedi satışına devam etti. 1988 yılında Elmadağ'da Epsilon'u kuran Yenic, 1993 yılına kadar kitap basımı yapmadan sadece kitap satışı işi yaptı.

Epsilon Yayınları Kurucusu ve Genel Müdürü Ömer Yenic, 1993 yılından bu yana 3 bine yakın kitap yayınladıklarını ve sektörde bilinen bir yayın evi haline geldiklerini söylüyor.

Bugün ikinci kuşağın da işlerin başına

Parçalı bir piyasa

Türkiye yayıncılık piyasası parçalı bir piyasa. En büyük yayınevinin payı yüzde 4'ten fazla değil. Sektörde 2 bin 500 yayınevi bulunuyor. Ancak bunların yüzde 90'nının tabela yayınevlerinden oluştuğuna dikkat çekiliyor.

geçtiği Epsilon'da 65 kişi çalışıyor. Ömer Yenicinin büyük oğlu Fırat Yenic, Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünde okuyup babası gibi mühendislik okuyup yayıncı olmaya karar vermiş. Küçük oğlu Tuna ise, Yeditepe Üniversitesi'nde Endüstri Ürünleri Tasarımı okuyup Londra'da St Martins College'de yüksek lisans yaptıktan sonra orada yaşamaya başlamış durumda.

Kendi filmi çekmek istedi

Marangozluk yapan babasının kendisinin de marangoz olmasını istediğini belirten Ömer Yenic, "Baba her yönetmen kendi filmi çekmek ister. Beni özgür bırak kendi filmimi çekeyim" diyerek kendi yolunu kendi seçtiğine vurgu yapıyor.

Matematik mühendisliği okumasına karşın bu işi hiç yapmadığına dikkat çeken Yenic, mühendislikte edindiği bilgilerin iş hayatında çok işine yaradığını da belirtiyor.

Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu

(YAYFED) verilerine göre, Türkiye'de yayıncılık sektörünün büyüklüğü yaklaşık 1,5 milyar dolarlık bir hacme ulaşmış durumda. Sektörde yaklaşık 2 bin 500 yayınevi bulunuyor. Yayıncılık sektörünün önde gelen markalarından biri olan ve sektörün ilk 10 markası arasında yer alan Epsilon Yayınları, kurulduğu 1993 yılından bu yana pazara 3 bine yakın kitap sunma başarısına ulaştı. Şirket, Türkiye'deki çalışmaları ile yetinmeyerek sektörde bir atılım yaptı ve 2019 yılının ilk çeyreğinde Fransa'da Les Nouveaux SAS adlı bir yayınevi kurdu.

Bir Türk yayıncılık şirketinin yurtdışına açılmasından gurur duyduklarını belirten Ömer Yenic, Fransa'da kurdukları şirketlerinde 250 bin Euro'luk başlangıç sermayesi ile yola çıktıklarını ve Nisan 2020'de ilk kitaplarını yayınlayacaklarını söylüyor.

Yayın evinin yüzde 90 hissesi Ömer Yenicinin oğulları Fırat ve Tuna Yenic'ye ait geri kalan yüzde 10'luk hisse de orada yaşayan bir Türk'e ait.

Fransa'da tüm dünyada çok başarılı olmuş birçok yayının bulunmadığı gerçeğinden yola çıkarak bu yatırımı yapma kararı aldıklarına dikkat çeken Yenic, bahsi geçen bu yayınların kolayca Fransa yayın haklarını aldıklarını da vurguluyor. Yeni kurulan şirket ile her ay iki kitap olmak üzere yılda 24 kitap yayınlanıp Fransa piyasasına sunulması planlanıyor. Bununla birlikte ön-



müzdeki yıllarda Türk yazarların kitaplarının da Fransa'da yayınlanması planlanıyor.

Yayıncılık pazarı büyüyecek

Bilinenin aksine Türk insanının kitap okumayı sevdiğini belirten Yenici, yayıncılık piyasasının da ekonominin iyi gitmesiyle doğru orantılı olarak büyüyeceğini söylüyor.

Yenici, "Türk halkı fevkalade kitap okuyor. Türkiye dünyanın en büyük 13. Yayıncılık piyasasıdır. Yayıncılık sektörü son bir buçuk yılda en düzenli büyüyen sektör oldu. Milli gelirin 20 bin dolarlar seviyesine çıkması halinde Türk yayıncılık piyasasının 5 milyar dolar seviyesine çıkabileceğini düşünüyorum" diye konuşuyor.

YAYFED'in bandrol verilerine göre, Türkiye'de kişi başına yılda 7-7,5 kitap düşüyor.

Dünyadaki sayılı yayın pazarlarından biri olan Almanya'da yayına yönelik yapılan harcamanın Türkiye'den fazla olmadığını belirten Ömer Yenici, "Türk halkı kitabı seviyor. Türkiye yönünü batıdan ayırmadığı sürece sektörümüzün büyümesi sürecektir. Büyümemiz yüzümüzü batıya çevirmemizle mümkün" diyor.

Türkiye yayıncılık piyasasının çok parçalı bir piyasa olduğuna işaret eden Yenici, pazarda dominant olan "pazarın kurallarını ben koyarım" diyecek bir yayıncı olmadığını da vurgu yapıyor.

Yenici, pazarı büyütmek üzere çalışmalar yürüttüklerine dikkat çekiyor.

Epsilon yayınevinde jenerik işler, her türden kitap yayınlanırken Ömer Yenici'nin beş yıl önce kurduğu bir diğer marka olan Kafka daha kalıcı, daha elit ve edebi ürünlere yönelik katma değeri yüksek iş-

lere imza atıyor. Yeğeni Özgür Güvenç'in yüzde 49, Ömer Yenici'nin yüzde 51 hissesinin bulunduğu Nemesis'te Masal Perest adıyla Fransa, Kanada, Ortadoğu ve ABD'ye Türk yazarların hikayelerini sattı.

Girişimcilik serüvenine ara vermeden devam eden ve son trendleri takip etmeye özen gösteren Ömer Yenici, teknolojiye ayak uydurmak üzere Kitap365.com adıyla online kitap satışı yapan bir internet sitesi de kurdu. Bundan yaklaşık 20 yıl kadar önce 250 bin dolarlık yatırımla yenisayfa.com'u kurduklarını ancak zaman içinde kapatmak durumunda kaldıklarını belirten Yenici, bu işin içinde yara olarak kaldığını ve o alanı diriltmek için yeni yatırımlarını hayata geçirdiklerini de vurguluyor.

Yenici esas sermayelerinin deneyim, piyasa bilgisi, vizyon ve geniş kitlelere ulaşabilme becerisi olduğunu söylüyor.

“Terzi işi danışmanlık hizmeti veriyoruz”

Şirketlere liderlik gelişimi, uygulama, verimlilik, güven inşası, satış performansı, müşteri sadakati konularında eğitimler veren FranklinCovey, son dönemde KOBİ'lere ve start up'lara odaklanıyor. FranklinCovey Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Selda Bağlan, global know-how'ı olan yerli bir terzi gibi çalıştıklarını söylüyor.

Şirketlere liderlik gelişimi, uygulama (execution), verimlilik, güven inşası, satış performansı, müşteri sadakati konularında eğitimler veren bir danışmanlık şirketi olan FranklinCovey, 20 yılı aşkın süredir Türkiye'de faaliyet gösteriyor.

FranklinCovey, şirketlerde uzun soluklu davranış değişimini sağlamak için yalnızca eğitimin yeterli olmadığı fikrinden yola çıkıyor. Bireylerin ve kurumların yeni düşünce biçimlerini benimseyerek, öğrendikleri yeni ve daha iyi olan davranışları alışkanlık haline gelene kadar uygulamaları gerektiğini savunan şirket, tüm eğitim ve danışmanlık kurgusunu da bu yaklaşım üzerine oturtmuş durumda.

Global know-how'ı olan yerli bir terzi gibi çalıştıklarını söyleyen FranklinCovey Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Selda Bağlan, “Diktiğimiz elbisenin o firmaya yakışması

tam üzerine olması ve onu daha iyiye adım adım taşımaları sağlması bizim becerikli olduğumuz alanlardan bir tanesi. İkinci olarak bir yol haritası çizip el sıkışıyoruz” diyor. FranklinCovey Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Selda Bağlan'la uyguladıkları modeli ve nasıl bir farklılık yarattıklarını konuştuk.

Kısaca FranklinCovey'den bahsedebilir misiniz?

Stephen R. Covey'in FranklinQuest isimli şirketi ile Hyrum Smith'in Covey Liderlik Merkezi'nin birleşmesi sonucunda 1997 yılında kurulan FranklinCovey, bugün dünya genelinde iki binden fazla çalışanı ile 20 yılı aşkın süredir Türkiye'nin de dahil olduğu 160 ülkede faaliyetlerine devam ediyor. Stephen R. Covey ve Hyrum Smith değişim ve verimlilik için insan davranışlarında kalıcı etki yaratacak değişimlere ihtiyaç

olduğunu tespit etmişler ve bu doğrultuda hem kurumlara hem de bireylere yardım etmek için yola çıkmışlar. Yaptıkları çalışmalar sonucunda, uzun soluklu davranış değişimini sağlamak için yalnızca eğitimin yeterli olmadığını, bireylerin ve kurumların yeni düşünce biçimlerini benimseyerek, öğrendikleri yeni ve daha iyi olan davranışları alışkanlık haline gelene kadar uygulamaları gerektiğini görmüşler. Tüm eğitim ve danışmanlık kurgusunu da bu yaklaşım üzerine oturtmuşlar.

Türkiye pazarına ne zaman girdiniz?

1999 yılında Türkiye kurulan ve kendi alanlarında uzman danışmanları bünyesinde barındıran FranklinCovey Türkiye olarak, önce kurum ya da bireylerin ihtiyaçlarını anlıyor sonrasında liderlik gelişimi, uygulama (execution), verimlilik, güven inşası, satış performansı, müşteri sadakati konularında eğitim veriyor ve onlara danışmanlık hizmeti sunuyoruz. Şu anda 20 kişilik bir ekiple hizmetlerimizi sürdürüyoruz.

Faaliyetlerinizde odaklandığınız alanlar nelerdir?

İki alana odaklanıyoruz: Liderlik ve şirketlerin iş sonuçlarını iyileştiren stratejilerin uygulanması. Kalıpları yıkmamanın ve kazanan kültür oluşturmanın temelinde liderin başarısı yatar. Çünkü bireylerin davranışları ancak tutarlı ve örnek davranışlar sergileyen liderler tarafından değiştirilebilir.

“Hedef odaklı bir sistem kuruyoruz”

KOBİ'lere ne gibi avantajlar sunuyorsunuz?

Ellerindeki kaynakları verimli kullanmak zorunda oldukları için KOBİ'lere bu doğrultuda destek oluyoruz. Kurumsallaşma ve büyüme yolunda olan KOBİ'lerin zamandan tasarruf etmelerini sağlıyoruz. Maliyetlerini düşürmelerine yardımcı oluyoruz. Execution programı ile daha analitik bir dille rakamlarla konuşmaya başlıyorlar. Çok şikayet, az ziyaret gibi kavramlar yerine şikayetin ciroya veya faturaya oranları gibi söylemler dile geliyor. Ürün kârlılıkları gibi her türlü bilgi, oran veya rakamla konuşuluyor. Toplantılar kısalıyor ve sayısı azalıyor. Hedef odaklı çalışanların arttığı şirkette, çalışanların şirkete bağlılığı artıyor, memnuniyet oranı yükseliyor.



SELDA BAĞLAN

Programlarımız kapsamında farklı seviyedeki liderler, sürdürülebilir başarının formülünü ve etkili lider olmanın inceliklerini aktarmaya özen gösteriyoruz. Diğer taraftan içinde bulunduğumuz ekonomik koşullar ve rekabet ortamında büyüme için artık yeni bir dü-

şünme sistemi ve çalışma yöntemine ihtiyaç duyuluyor. FranklinCovey tarafından geliştirilen Execution - 4DX (Uygulama) programı sayesinde kurumun olmazsa olmaz hedeflerine kısa sürede ulaşmasını sağlıyoruz.

Bir şirketle irtibata geçtiğinizde nasıl bir

yol haritası izliyorsunuz?

İlk yaptığımız ihtiyacı anlamak oluyor. Çünkü bir firma için ihtiyaç olan bir konu diğer firma için ihtiyaç olmayabiliyor. Yani biz global know-how'ı olan ama yerli bir terzi gibiyiz. Diktiğimiz elbisenin o firmaya yakışması tam üzerine olması ve onu daha iyiye adım adım taşımalarını sağlaması bizim becerikli olduğumuz alanlardan bir tanesi. İkinci olarak bir yol haritası çizip el sıkışıyoruz. Yolda bu harita değişiyor mu elbette ihtiyaçlar değişiyor öncelikler değişiyor hem dünya hızlı değişiyor hem ülke koşulları dolayısıyla yol haritası buna uygun yeniden gözden geçirmek fayda ve maliyet için en optimum çözümü bulmak için sürekli iletişim halinde oluyoruz. Son olarak da sürekli ölçüyoruz ve kalibre ediyoruz.

Execution - 4DX (Uygulama) modelinden bahsedebilir misiniz? Nasıl bir model uygulanıyor?

Execution (icraat veya uygulama) start up'lardan KOBİ'lere hatta büyük kurumsal yapılarda bile oldukça etkili ve sade çözüm sunan, çalışan herkesin hedefi sahiplenmesini sağlayan ve sürekli ölçerek şirketleri yolda tutan bir sistem. 2016 yılında execution programımızı kurduğumuz Zivella'nın Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Uzun, programımızı execution fırtınalı bir denizde yol alırken bizi rotadan saptırmak isteyen her türlü fırtınaya rağmen rotada kalmamızı sağlayan çok etkili bir yöntem olarak tanımladı. Kesinlikle Sayın Uzun'un tanımına katılıyorum. Sistem dört disiplinden oluşuyor; odaklan, kaldıraçları belirle, sürekli ölç ve sorumluluk anlayışını kültürleştir. Her birinin prensipleri ve kuralları var. Tüm programda şirket yöneticilerinin akredite edilerek bir ömür bu sistemi kullanmalarını sağlıyoruz. Yani firmaya bir defa bunu kurmamız yetiyor. İlerideki yöneticiler sonrasında bunu ekipleri ile büyütecek yetkinliğe sahip oluyorlar.

2020 yılı için yeni projeleriniz var mı gündemde?

2019 yılında Azerbaycan şubemizi açmak en büyük hedefimizdi; bunu yerine getirdik. 2020 yılında ise Azerbaycan'da pazar payımızı büyütme istiyoruz. Ayrıca Türkiye'de özellikle KOBİ'lere ve start-up'lara destek olmayı hedefliyoruz.

“Self care trendi giderek yükseliyor”

‘Kendine iyi bakmak’ yani İngilizce olarak ‘self care’ adı verilen trend, dünya çapında giderek daha fazla ilgi görüyor. Tüketici sağlığı pazarı Türkiye’de de her yıl büyüme kaydediyor ve büyük bir potansiyel barındırıyor. Bayer Tüketici Sağlığı Küresel Pazarlama ve Dijital Lideri Patricia Corsi, “Toplumda sağlık okuryazarlığı oranının artması tüketici davranışlarında oldukça faydalı değişiklikleri beraberinde getiriyor” diye konuşuyor.

Günümüzde insanlar hayat standartlarını nasıl değiştirmeleri ve ne tür ürünler kullanmaları gerektiği konusunda araştırmalar yapıyor, uzmanları takip ediyor. ‘Kendine iyi bakmak’ yani İngilizce olarak ‘self care’ adı verilen bu trend, dünyada sürekli yükseliyor. Sosyal medyanın da tüketici davranışlarına olan etkisi büyük. Artık tüketici trendleri buradan takip ediyor. Burada aktif olmak artık markaların en çok dikkat ettiği noktalardan bir tanesi. Tüketici sağlığı pazarı Türkiye’de de her yıl büyüme kaydediyor ve hala büyüme potansiyeline sahip. Bayer Tüketici Sağlığı Küresel Pazarlama ve Dijital Lideri Patricia Corsi ile self care pazarını ve tüketici sağlığı hakkında bilinenleri konuştuk.

Türkiye’deki tüketici sağlığı pazarının durumunu dünya örnekleriyle karşılaştırabilir misiniz?

İnsanların daha sağlıklı olmasına destek vermek ve dünyadaki sağlık sistemlerinin daha sürdürülebilir olmalarını sağlamak için kişisel bakım hiç bu kadar önemli olmamıştı. Bugün insanlar hayat standartlarını nasıl değiştirmeleri ve ne tür günlük ürünler kullanmaları gerektiğini araştırıyor. Sağlıklı yaşam bilincinin artmasıyla birlikte sağlıklı beslenme, ürün içerikleri, sporun ve aktif yaşamın önem kazanması gibi konuların günden güne daha çok ko-

nuşulduğunu görüyoruz. İnsanların daha iyi görünme ve hissetmeyi bir alışkanlık haline getirmeleriyle birlikte kişisel bakım harcamaları da artıyor; hastalıklara karşı önleyici sağlık ürünlerinin kullanımı fazlalaşıyor. Stratejik pazar araştırması şirketi Euromonitor’un verilerine göre tüketici sağlığı pazarı Türkiye’de her yıl büyüme kaydediyor ancak benzer sektörlerle karşılaştırıldığında daha fazla büyüme kaydetmesi bekleniyor. Türkiye’de kişi başına yapılan tüketici sağlığı ürünleri harcaması her yıl artıyor ancak 2018 yılı rakamlarıyla halen 5,6 Euro seviyesinde. Bu rakam Almanya’da 85, Batı Avrupa’da ise ortalama 67 Euro. Gelişmekte olan ülkelere baktığımızda ise Mısır’da 9,1, Afrika ve Orta Doğu’da ise ortalama 6,5 Euro düzeyinde olduğunu görüyoruz. Özetle, “self care” pazarı Türkiye’de büyük potansiyele sahip.

Tüketiciler bu alandaki ürünlerle ilgili önerilere nereden ulaşıyorlar?

Özellikle online mecraların ve sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkisi büyük. İnternet de artık farklı görüşlerin paylaşılmasını ve ürünlerle ilgili bilgilerin ağızdan ağıza yayılmasını sağlıyor. Tüketiciler trendleri buradan takip ediyor, anneler birbirlerine pişik kremi tavsiyesi veriyor, insanlar sporculara hangi multivitaminini kullandıkları soruyor. Burada aktif olmak ar-

tık markalara bu diyaloglara katılarak güven kazanma imkanı sunuyor, çünkü güven tüketicilerin ürünlerde aradıkları en önemli noktalardan bir tanesi. Geleneksel iletişim kanalları birçok pazarda hala hakimiyetini koruyor. Örneğin, Türkiye’de gıda takviyeleri söz konusu olunca, tüketiciler ve eczacılar arasındaki güçlü bağ en önemli unsurlardan bir tanesi. Tüketicilere doğru ürünün önerilmesi açısından eczaneler önemli bir role sahip. Ancak tüketicilerin bilinçli hareket etmesini sağlama yolunda yükü tamamen eczacıların omzuna bırakmak elbette doğru olmaz. Tüm paydaşların, toplumdaki “sağlık okuryazarlığı” düzeyinin artmasına katkı sağlaması lazım. Toplumda sağlık okuryazarlığı oranının artması tüketici davranışlarında oldukça faydalı değişiklikleri beraberinde getiriyor. Son yıllarda, tüketiciler giderek doğru ürünü seçiyor, doğru sıklıkta kullanıyor ve doktora gitmeden önce bir sağlık çözümüne başarıyla ulaşabiliyor.

Tüketici sağlığı alanında özellikle dijital pazarlama çalışmalarında dikkat edilmesi gereken noktalar neler?

Akıllı cihazlara erişimin artması dijitalde sağlığı değiştirme gücüne sahipken, büyük veri, eSağlık, Nesnelerin İnterneti (IoT), hassas tıp, giyilebilir cihazlar, kablosuz sağlık ve birlikte çalışılabilirlik (interoperability)

7 adımda dijitalde başarılı olmak

1 **BF (Brilliant Fundamentals - Mükemmel Temeller)**

Uzun brief toplantıları ve yoğun detaylarla vakit kaybetmeyin. Esas konuya odaklanın.

2 **NSL (Never Stop Learning - Öğrenmekten Vazgeçmeyin)**

Yaşlandıkça öğrenmek zorlaşır. Her zaman öğrenmeye devam edin.

3 **CITC (Curiosity is the currency - Merak her zaman geçer akçedir)**

Merak size farklı şeyler öğrenmenin kapısını açacak. İşinizle ya da kendinizle ilgili olması önemli değil; alakasız şeyleri de öğrenin. Merak, farklı kültürleri ve bakış açılarını öğrenmenizi sağlayacak.

4 **GOS (Collective over self - Bireyden kolektife)**

Her şeyden tek kişinin sorumlu olduğu dönemler geride kaldı. Şirketler artık her aşamadan çalışanları sürece dahil etmeyi ve farklı insanların içgörülerinden faydalanmayı önemsiyor.

5 **BBA (Big Bold Ambitions - Büyük Güçlü Tutkular)**

Hepimiz evimizi, ailemizi, arkadaşlarımızı seviyoruz. Ama iş, zamanımızın çoğunu geçirdiğimiz yer. İşinizi sevdiğiniz, tutkulu olduğunuz, aileniz ve arkadaşlarınızla paylaşmaktan mutluluk duyacağınız bir yer haline getirin.

6 **PITD (Powerful Insight Thumps Data - Güçlü İçgörü Veriyi Yener)**

Verinin çokluğu değil, size sağladığı içgörü önemlidir. Eğer kullanamıyorsanız çok fazla veriye sahip olmanızın bir anlamı yok. Çalışanlarınızı, işinizdeki verilere göre davranmaya teşvik edin; onlar veriye dayalı yaratıcılık konusunda en büyük elçileriniz olacak.

PATRICIA CORSI



gibi diğer dijitalleşme alanları da hızla değişiyor. Örneğin telesağlığın popülaritesi katlanarak artıyor. Tüketici TeleSağlık Endeksi anketine göre ABD'de 50 milyon tüketici, telesağlık hizmeti sağlayan sunuculara yönelecek. Bir dizi işlem kaydının depolandığı dijitalleştirilmiş, merkezi olmayan ve güvenli bir veri tabanı olan Blockchain teknolojisi; aynı zamanda sağlık hizmetle-

rini dönüştürme potansiyeline sahip ve sağlık verilerinde daha fazla güvenlik ve gizlilik sunarak yeni kişisel bakım uygulamalarına imkan sağlıyor. Dolayısıyla tüketici sağlığı açısından, doğru bir veri analizi ve bu verilerin anlamlandırılması tüketicileri güçlendirmenin çok önemli bir adımı. Veriyi iç görüye dönüştürürken yapay zekâ kullanı-

mı çok önemli. Bunun yanında bireylerin kendi sağlıklarını farklı açılardan gözlemleyebilmelerini sağlayan giyilebilir cihazları da oldukça faydalı buluyorum. Tabii ki bu süreçte tüketiciye sunulan her şeyin yasal çerçeveler içerisinde olmasına ve özellikle de veri gizliliğinin ihlal edilmemesine dikkat etmek çok önemli.

“Komşu Kahve’yi dünyaya açacağız”

Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır... Bu deyimden yola çıkan girişimciler de son yıllarda birbiri ardına kahve zincirleri kurmaya başladılar. Bunlardan biri de girişimciler Arda Galin ve Alişan Yıldız tarafından kurulan İzmir çıkışlı Komşu Kahve markası...

2016 yılında Alaçatı Hacımemiş’te başlayan serüven bugün dört şubeli zincire dönüşmüş durumda. Hızla büyümesini sürdüren marka, Mart ayı itibariyle zincirdeki şube sayısını 7’ye çıkaracak. Yeni şubeler İzmir’den sonra İstanbul, Alanya ve Konya gibi kentlerde açılacak. Zincirini hızla büyütmeyi planlayan markanın 2020’de 20 şubeye ulaşması hedefleniyor. Marka Türkiye’deki büyümesini yurtdışına da taşıma planları yaparken bu amaçla İngiltere, Hollanda ve Katar’da şu açılması için de görüşmeler yürütülüyor. ‘Her neslin Kahvecisi’ sloganı ile yola çıkan markanın kuruluş öyküsü Alaçatı’da, Hacımemiş Mahallesi’ndeki dar sokaklarda başladı. İşe, eski Hacımemiş Kiraathanesi’ni restore ederek başlayan girişimciler nesilden nesile geçen kahve kültürünü, Komşu Kahve ile yaşatmayı hedefledi. Bu hedef doğrultusunda da Komşu Kahve markası hayat buldu. Bayileri ile birlikte toplam 140 kişilik bir aile haline gelen Komşu Kahve’nin yıllık cirosunun bu yıl açılacak yeni şubeleriyle birlikte 25 milyon TL civarında olması öngörülüyor. Bisquitte-Komşu Kahve Kurucu Ortağı ve Direktörü Arda Galin ile markanın doğuş öyküsünü konuştuk:

Komşu Kahve markanızın başlangıç serüveni nasıl oldu? Bu markayı yaratırken nelerden esinlendiniz?

İzmir’de 2016 yılında doğan Komşu Kahve markası dört şubeli bir zincire dönüştü. 2020 Mart ayı itibariyle zincirdeki şube sayısı İzmir’den sonra İstanbul, Alanya ve Konya’daki şubeleriyle 7’ye çıkıyor. 2020’de 20 şubeye ulaşmayı planlayan marka yurtdışında İngiltere, Hollanda ve Katar ile temas halinde.

“Kahve kültürünü yaşatmayı hedefledik”

“Dünya mutfağına son derece hakim olan işletme deneyimleri, Komşu Kahve markasının, mutfak kültürünün ve menüsünün oluşturulmasına da yansımış, oldukça farklı, lezzetli tatlı ve pastaların da meydana gelmesine vesile olmuştur. 2016 yılında hayata getirdiğimiz yeni markamız da Komşu Kahve. ‘Her neslin Kahvecisi’ sloganı ile yola çıktığımız hikayemiz Alaçatı’da, Hacımemiş Mahallesi’ndeki dar sokaklarda başladı. İşe, eski Hacımemiş Kiraathanesi’ni restore ederek başladık. Bize nesilden nesile geçen kahve kültürümüzü, Komşu Kahve’imizde yaşatmayı hedefledik.”

Büyüklerimizin dizlerinin dibinde başladığı hikayemiz. Onların içtikleri çayları, kahveleri, küçük kaşıkla üfleterek tattık. Kahvesine oynadıkları tavla mücadelelerini izledik. Bir çay içiminde çözümlenen dertleri dinledik. Masaların arasında, komşu çocuklarıyla top koşturduk. Dostluğu, arkadaşlığı, yardımseverliği ilk önce komşularımızda gördük. Komşuda içilen bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı olduğuna kesinlikle emindik. Bizler İzmir’in mahalle kültürünü Çeşme’nin Alaçatı’nın komşuluk hikayelerini Türkiye ve dünya ile paylaşmak üzere yola çıktık. Türkiye ve dünyadan yeni yol arkadaşları ve komşular edinerek büyümeyi hedeflemekteyiz.

Komşu Kahve 2016 yılında diğer yeme içme markamız olan Bisquitte’deki ürün ve konsept deneyimini, 3. Nesil kahvenin, geleneksel kahve kültürü ile birleştirmeleri ile

meydana gelmiştir.

Kaç yılında ilk nerede faaliyete geçtiniz ve şu anda hangi kentlerde kaç şube ile varsiniz?

Komşu Kahve markamızda bugünlerde ayrı bir heyecan yaşıyoruz. 2016 yılında Hacımemiş’te başladığımız yolculuğumuza 2019 yıldan itibaren büyüerek devam ettik. Hali hazırda 4 olan şube sayımız 2020 Mart ayı itibariyle 7’ye çıkıyor. İzmir’den sonra İstanbul, Alanya ve Konya’daki şubelerimize her geçen gün yenileri eklenmeye devam ediyor.

Zincirleşmeye ne zaman karar verdiniz? Zincirinize katılmanın şartlarınızdan bahsederseniz?

Komşu Kahve 2016 yılında daha kuruluş aşamasındayken zincir olmak üzere projelendirilen bir marka. Günümüzde farklı şehirlerde yeni lokasyonlar değerlendiril-



ARDA GALİN



mekle birlikte; gerek kendi yatırımımız, gerek franchising sistemi ile şube sayılarımızı arttırmaktayız. Zincirimizi büyötmek üzere çalışmalar yürütüyoruz.

Katılım şartlarımız şöyle; 35 bin dolar franchise katılım bedeli alıyoruz. Ortalama 250 m²'lik bir komşu kahve şubesi 150 ila 180 bin dolar mimari bedelle oluşmakta. Bu rakam hedeflenen lokasyonun hali hazırdaki yapı şartlarına göre farklılık gösterebiliyor.

2020 yılı için hedefleriniz nelerdir? Önü-

müzdeki beş yılda neler yapmayı planlıyorsunuz?

2020 yılında hedefimiz Komşu Kahve olarak zincirimizi büyötmeye planımızda bulunuyor. Bu planı hayata geçirmek üzere de her gün çalışıyoruz. Orta vadeli planımızda da bilinirliğimizi arttırmayı planlıyoruz. Öyle ki; önümüzdeki beş yılda da Komşu Kahve'yi sektördeki en bilinen ve en çok tercih edilen kahve markası yapma he-

defimiz var.

Cironuz ve çalışan sayınızdan bahsedermisiniz?

Komşu Kahve olarak her geçen gün büyüyen bir aileyiz. Bayilerimiz ile birlikte şu anda toplam 140 kişilik bir aile olduğumuzu söyleyebilirim. Yıllık ciromuzu ise 2020 yılı içinde açılacak şubelerimizle birlikte 25 milyon TL civarında öngörmekteyiz.

Yurtdışına açılma planınız var mı?

Her iki markamızda da İstanbul'da şu be sayımız yakın bir sürede artacak. Komşu Kahve markası özelinde Antalya, Bursa, Ankara, Eskişehir, Adana, Çanakkale ve Balıkesir için de görüşmelerimiz sürüyor. Markamızı yurtdışına taşımak adına yurtdışında İngiltere, Hollanda ve Katar ile temaslarımız var.

Girişimcilere başarılı olmaları için neler önerirsiniz?

İstikrar ve vizyon. Girişimci insan sürekli çalışmalı, sürekli kendini güncel tutmalı ve yeniliğe açık olmalı. Bunların yanı sıra kendi eksik yönlerini görüp bu konu hakkında düzenli olarak çalışmalar yapmalı. Doğru bir işletmeci çalıştığı alanı sosyal hayatının eğlenceli bir parçası haline getirip kazanmayı bir araç mutlu yaşamayı iyi bir amaç haline getirmelidir.

EMITT'in bu yılki gündemi **turizm 4.0**

Dünyanın en büyük dört turizm fuarından biri olan EMITT, turizm profesyonellerini bu yıl 24'üncü kez İstanbul'da ağırlayacak. Fuar, turizm sektörünün yeni gündem maddelerinin de tartışıldığı bir platform olurken bu yılın ana gündem maddesi "turizm 4.0" olacak.

Türkiye ekonomisinin taşıyıcı sektörlerine yönelik düzenlediği fuarlarla her yıl binlerce yabancı yatırımcıyı yerli iş ortakları ile bir araya getiren Hyve Group, 30 Ocak- 2 Şubat tarihleri arasında turizm profesyonelleri ile katılımcıları 24. EMITT Fuarı'nda ağırlayacak. Teknolojinin giderek hayatımızın içine girdiği günümüzde turizmin gündeminde Turizm 4.0 olacak. Turizm alanında müşteri odaklı dijitalleşme, kişiselleşme, 2000 sonrası jenerasyonun beklenti ve taleplerinin nasıl karşılanacağı, gibi konu başlıklarının 24'üncü EMITT Fuarı'nın gündemini oluşturacak. Bu konuları konuşulurken turizm tüketicisinin ihtiyaçlarını ön planda tutulacak. Turizm tüketicileri ve turizm profesyonelleri, EMITT 2020 için Hyve Group tarafından geliştirilen VR Deneyim Alanı'nda, sanal gerçekliğin turizmde nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini ilk elden deneyimle şansına sahip olacaklar. Katılımcılar sanal sergi Mona Lisa: Beyond the Glass'ı Türkiye'de ilk kez EMITT'te ziyaret edecek, Göbeklitepe ve Everest Tepesi'ne VR teknolojisi aracılığı ile turistik gezi yapacaklar.

EMITT Fuar Direktörü Hacer Aydın, "EMITT 2020'de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açıklanan 'Turizm 4.0' sloganını kapsamlı bir şekilde ele alacağız. Türkiye'nin marka algısını değerlendirme, ülke turizmine yol haritası oluşturma, güncel ve akıllı çözümler üretme konularını enine boyuna tartışacağız" diye konuşuyor.

EMITT - Doğu Akdeniz Uluslararası Tu-

Tüm kesimler destekliyor

EMITT, bu yıl T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. İstanbul Valiliği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Türk Hava Yolları'nın kurumsal sponsorluğunda, KOSGEB desteğiyle Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek. Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) de Fuar'ın iş ortakları arasında.

HACER AYDIN



rizm ve Seyahat Fuarı, tüm katılımcılar için değer yaratan, birbirinden faydalı içerikler ve iş birlikleri ile sektöre yön vermeyi sürdürecektir. EMITT Fuarları'nın Türkiye'nin turizmde marka ülke olmasına büyük katkıda bulunduğu dikkat çeken Aydın, ülkemizin pek çok kültür varlığının gelir getiren turistik değerlere dönüştürülmesine 23 yıldır önemli katkıda bulunan EMITT'in Türkiye turizminin dünyaya açılan en önemli kapısı olduğunu vurguluyor.

Hosted Buyer programı

Hosted Buyer programı EMITT'te davetli tur operatörlerini kapsıyor. Bu yıl da dünyanın dört bir yanından yoğun talep olduğunun altını çizen Hacer Aydın, "Asya, Avrupa, Uzakdoğu ve Latin Amerika ülkelerinden firmalar EMITT'e büyük bir ilgi gösteriyor ve programımıza başvuruda bulunuyor. En çok başvuruyu şu an için Uzakdoğu'dan aldığımızı söyleyebilirim. İlerleyen günlerde programla ilgili detayları paylaşacağız" diyor.

Her yıl olduğu gibi 24'üncüsünde de rekor seviyede yabancı ziyaretçiyi ve turizm profesyonellerini ağırlamaya hazırlanan EMITT - Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı, geçen yıl 94 ülkeden 5 bin 620 katılımcı ve 57 bin 470 ziyaretçiyi ağırlayarak büyük bir başarıya imza atmıştı.

Fuarın, ziyaretçileri, her yıl olduğu gibi bu yıl da ödeme avantajı sunan alternatif tatil paketleri, makul fiyatlı kültür turizmi rotaları, yeni yurtdışı destinasyonlar hakkında bilgi alabilecekler.

ETKİNLİK

“KAGİDER 2020’ye ümitle bakıyor”

KAGİDER Başkanı Emine Erdem, derneğin gelenekselleşen kahvaltı toplantılarının 2019’da yapılan son buluşmasında, yeni döneme ilişkin değerlendirmelerde bulundu. 2019’un kadın girişimciler başta olmak üzere tüm iş insanları için çok zor bir yıl olduğunu söyleyen Erdem, ekonomide iyileşmenin başladığını söyledi.



EMİNE ERDEM

KAGİDER’in (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) her ay gerçekleştirdiği gelenekselleşen kahvaltı toplantılarının 2019 yılındaki son buluşması İstanbul’da gerçekleştirildi. Toplantıda bir konuşma yapan KAGİDER Başkanı Emine Erdem 2019’un ekonomik gelişmelerini değerlendirdi.

Erdem, 2018 Ağustos ayından itibaren yaşanan kur ve faiz oranlarındaki artışlar nedeniyle 2019’un kadın girişimciler başta olmak üzere tüm iş insanları için çok zor bir yıl olduğunu kaydetti. Emine Erdem şunları söyledi:

“Hem kur hem faiz tarafında önemli artışlar gördük, pek çok şirket işçi çıkarmak ve küçülmek zorunda kaldı, kredi kullanımı ve

yatırımlar düştü. Ekonominin yılın ilk yarısında %1,9 küçüldüğüne, toplam işsizlik oranının %14,0’ün üzerine çıktığına, kadın işsizlik oranının ise %17’ye yükseldiğine şahit olduk. Bir yandan yüksek kur ve faizler nedeniyle hem finansman kaynaklarına erişim pahalı hale geldi, hem hammadde ve işçilik maliyetleri çok arttı. Buna karşılık yükselen enflasyon nedeniyle alım gücü düştü.”

Spor alanında kadın rol modeller artmalı

KAGİDER aralık ayı kahvaltı toplantısı, KAGİDER’in 4T stratejisinin bir parçası olan “Toplum” temasıyla gerçekleştirildi. Kadınların toplumda güçlenmesi için sporda ve sağ-

‘Ekonomide iyileşme başladı’

KAGİDER Başkanı Erdem, yılın ikinci yarısında ekonominin toparlanma eğiliminde olduğunu vurgulayarak, şöyle konuştu: “Yılın ikinci yarısına geldiğimizde ise özellikle son birkaç ayda ekonominin toparlanma eğilimine girdiğine şahit oluyoruz. Yılın 1. ve 2. çeyreğinde önceki senenin aynı dönemine göre yüzde 2,3 ve yüzde 1,5 düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 3. çeyrekte yüzde 0,9 büyümeye gösterdi. Çok büyük bir büyüme oranı olmasa da iyileşmenin başladığına işaret ediyor. Ekonomik daralmayı geride bıraktık gibi görünüyor. 2020 yılına ümitle bakalım.”

lıkta var olmaları ve bu konuda rol model olarak sayılarının artması gerektiği vurgulandı.

Toplantıda KAGİDER Başkan Yardımcısı Tijen Mergen moderatörlüğünde, 2016 yılında Global Wellness Summit tarafından Wellness Sektörünün Öncü Kadını ödülüne layık görülen KAGİDER üyesi Belgin Aksoy ve sportsnet Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Gülüm birer konuşma yaptılar. Belgin Aksoy, bugün 150 ülkede 3 binden fazla noktada kutlanan Global Wellness Day’in (İyi Yaşam Günü) ilk günden bugüne nasıl yankı bulduğunu dinleyicilerle paylaştı. Ahmet Gülüm ise en büyük sektörlerden biri olan spor alanında da cinsiyet eşitliği konusunda alınacak çok yol olduğunu vurgulayarak, yeni kurduğu kadın ve spor odaklı yayın yapacak ‘sportsnetkadın’ kanalının 2020’de yayına başlayacağı müjdesini verdi.

“Kapasite ve yeni ürünlerle büyüyeceğiz”

Aselsan'da mühendis olarak çalıştıktan sonra kendi yollarını çizen iki mühendis Tuncer Oral ve eşi Şebnem Oral tarafından bundan 26 yıl önce kurulan Bilgi Elektronik, elektronik güvenlik üzerine uzmanlaşmış bir şirket. Özellikle hırsız alarmı ve yangın algılama alarmı konusunda sektörün büyük oyuncularından biri konumuna gelen Bilgi Elektronik, 2019'u 30-35 milyon TL ciro bandında tamamladı. Son dönemde kapasite artışı yatırımlarının yanında Ar-Ge'ye yaptığı yatırımlar sayesinde katma değerli yeni ürünlerle büyümesini sürdüren şirketin 2020 ciro hedefi 60-65 milyon TL ciro. Bilgi Elektronik Yönetim Kurulu Başkanı Tuncer Oral ile şirketin yeni dönem stratejilerini konuştuk.

Bilgi Elektronik ne zaman kuruldu? Ortaklık yapısı nasıl? Faaliyet alanı nedir?

Bilgi Elektronik, 1993 yılında, Türkiye'nin büyük firmalarında mühendislik ve yöneticilik tecrübeleri kazanmış iki elektronik mühendisi tarafından kuruldu. Şirketin kuruluş amacı özellikle o dönemlerde dünya genelinde yeni yeni gelişmeye başlayan güvenlik sektörüne yönelik olarak çalışmak şeklinde belirlendi. Bu amacından sapmadan ilerleyen Bilgi Elektronik, faaliyette olduğu 26 yıldır esas olarak elektronik güvenlik sektörü ve ilişkili sektörlerle yoğunlaştı.

Şirketinizin cirosal büyüklüğü nedir? 2020'de ne kadarlık bir büyüme öngörüyorsunuz?

2019 yılında şu ana kadar Türkiye ekonomisinde yaşanan sorunlara rağmen bizim satışlarımız bu olumsuzluklardan çok etkilenmedi. Bunda Ar Ge çalışmaları ve ye-

Elektronik güvenlik sektöründe 26 yıllık tecrübesi olan Bilgi Elektronik, planlama aşamasında olduğu 9,5 milyon TL'lik yatırımla kapasitesini iki katına çıkaracak. Şirket, ürün kalitesini geliştirerek müşteri taleplerini karşılayacak.

BİLİŞİM ELEKTRONİK YÖNETİM KURULU ÜYESİ ŞEBNEM ORAL

“Ar-Ge bizim ana stratejimiz”

CİRONUN YÜZDE 10'U ARGE'YE Şirketimiz, kurulduğu günden bu yana Ar-Ge'ye ve teknolojiye hakim olmanın önemini biliyor ve buna göre strateji geliştiriyor. Bu çerçevede Ar-Ge faaliyetlerine uzun yıllardan bu yana ciromuzun yaklaşık yüzde 8 ila 10'unu ayırıyoruz. 2018 yılı itibarıyla, Ar-Ge bütçesinde Türkiye'nin en büyük 361'inci şirketiz. KOSGEB, Sanayi Bakanlığı, TUBİTAK gibi kuruluşlar aracılığı ile devletin tanımladığı yardım ve desteklerden de yararlanıyoruz. Bu destekler çoğu zaman miktar olarak çok yeterli olmasa da bizi disipline etmesi, Ar-Ge süreçlerini daha iyi ve kontrollü yönetmemizi sağlaması gibi bize ilave bir katkı sağlıyor.

YENİ PROJE MAYISTA Ar-Ge tarafında hem yangın algılama ve hem de hırsız alarm tarafında tamamen yeni geliştirdiğimiz ürünler var. Bu ürünlerden özellikle yangın ihbarı tarafında geliştirdiğimiz ürün grubu, Türkiye'de ilk defa olarak geliştiriliyor. Dünyada da çok az firma tarafından üretiliyor. Türkiye güvenlik sektörü için kilometre taşı niteliğindeki bu projemizi, Mayıs-Haziran 2020 tarihinde satışa sunacağımızı umut ediyoruz. Ancak bu projenin ayrıntılarını ticari kaygılarla şu anda açıklamak istemiyoruz.

nilikçi ürün tasarımı, yerli üretim olmanın büyük etkisi olduğunu düşünüyoruz. 2019'u 30-35 milyon TL bandında bir ciroyla kapatıyoruz. Bizim grubumuzda 2020'de toplam satışlarımızın ise 62-67 milyon TL aralığında gerçekleşeceğini tahmin ediyoruz. Bu artış üretimde yüzde 40 büyümeye ve yeni katma değerli ürünlerden gelecek.

Şirketin iş hacminin ne kadarı üretim ne kadarı distribütörlükten geliyor?

Şirketimiz faaliyetine başladığı ilk yıllarda Sony, Hitachi, Philips gibi çeşitli uluslararası kuruluşların distribütörlüğünü yaparak, onların ürününü ithal edip yurt içinde dağıtımını yapıyordu. Yeterli sermaye

birikimini sağladıktan sonra AR-GE ve üretim faaliyetlerine başladık. Bu süreçte çoğu zaman ilk ve tek yerli üretici olarak yoğun rekabet içinde üretimden satışların oranını arttırarak bugünlere geldik. 2018'de toplam ciromuz içinde üretimden satışlarımızın oranı yaklaşık yüzde 75, ithal ürün satışları ise yaklaşık yüzde 25 oldu. Bu yıl ise bu oranlar yaklaşık yüzde 80'e yüzde 20 olarak gerçekleşti. Bu çabalarımızın sonucu olarak halen, Bilgi Elektronik tarafından üretilmiş yaklaşık 2,5 milyon adet ürün dünyanın birçok yerinde kullanıcılara başarı ile hizmet veriyor.

İhracat konusunda bilgi verir misiniz? Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?



TUNCER ORAL - ŞEBNEM ORAL

Üretime başladığımız yıllardan itibaren, ihracat yapmak için ciddi çaba harcadık ve çoğunluğu Ortadoğu ülkeleri olmak üzere çeşitli ülkelere ihracat yapma başarısını gösterdik. Ancak özellikle son 8-9 yıldan bu yana bölgemizde yaşanan savaş ve istikrarsızlıklar, bizim ihracat pazarlarımızı çok olumsuz etkiledi. Bu çerçevede son üç yıldan bu yana adeta yeniden ve tamamen yeni ihracat pazarları bulmak için yoğun çaba içindeyiz. Bu kapsamda Dubai'de düzenlenen sektörümüzün en büyük fuarına katılıyoruz ve ülkemizi temsil ediyoruz. Bu cabalarımızın sonucu olarak Kamerun, Tanzanya, Tunus'tan Peru'ya kadar yaklaşık 22 ülke ile satış ilişkimiz var ve hızla gelişiyor. 2019'da yaklaşık 600 bin dolarlık ihracat yapabildik. Bu miktarı birkaç yıl içinde 2-2,5 milyon dolar civarına çıkarmayı planlıyoruz.

Üretim tarafında kapasiteleriniz nedir? 2019 ve 2020'de yeni yatırımlar söz konusu mu? Varsa ne kadarlık yatırım bütçeniz var?

Şirketimiz halen yılda 400 bin adet civarında ürün üretme kapasitesine sahip. Önümüzdeki iki yıl içinde güncel rakamlarla 9,5 milyon TL yatırım yapmayı planlıyoruz. Bu yatırımlar halen başlamış olup hızla de-



vam ediyor. Bu yatırımlarla üretim ve Ar-Ge kapasitemiz yaklaşık iki katına çıkacak. Yapacağımız yatırımlarla bir yandan üretim kapasitemizi arttırırken diğer yandan da da-

ha kaliteli ürünler üretme imkanımız artacak.

Elektronik güvenlik sektöründe pazar payınız hakkında bilgi verir misiniz? Özellikle iddialı olduğunuz iş kolları hangileri?

Türkiye Elektronik Güvenlik sektörüne ilişkin ne yazık ki sağlıklı istatistik bilgileri bulunmuyor. Var olan çeşitli resmi rakamlar, başka sektörlerin ürünleri ile karışmış vaziyette yayınlanıyor. Dolayısı ile ancak yıllarını bu sektörde geçirmiş insanların tahminleri ile ve kendi yaptığımız araştırmaların sonuçları ile yetinmek zorunda kalıyoruz. Biz özellikle üretimini yapmakta olduğumuz yangın algılama sistemleri ve hırsız alarm sistemleri ürün kategorilerinde iddialıyız. Bu tahminlere göre hırsız alarm sistemlerinde sektörde üçüncü ya da dördüncü sırada olduğumuzu yine yangın algılama sistemlerinde ise yine benzer şekilde üçüncü yada dördüncü sırada olduğumuzu düşünüyoruz.



Cem Ener

Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

KOBİ'LER İÇİN ÜCRETSİZ DİJİTAL DÖNÜŞÜM

'Dijital dönüşüm' kavramına çok büyük anlamlar yükleyen KOBİ'ler genellikle dönüşümün neden olacağı maliyetten korkup sonunda hiç adım atamaz hale geliyorlar ve eski usulde iş yapmaya devam ediyorlar. Halbuki düşük maliyetlerle hatta ücretsiz bir şekilde dijital dünyanın faydalarından yararlanmak mümkün. Bu ayki yazımda Türkiye'deki herhangi bir KOBİ'nin dijital dünya ile barışmasını sağlayacak ücretsiz teknolojileri beş ana başlık altında sizlerle paylaşıyorum.

1 Bireysel ve kurumsal ajanda yönetimi: Geçmişte her bankanın müşterilerine yeni yıl hediyesi olarak ajanda verdiği günleri hatırlarsınız. Günümüzde her ne kadar ajanda dağıtımı yavaşlamış olsa da insanımız geçmişten gelen alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçmiyor ve bir şekilde aynı ajandaları tedarik ediyor. Hala kırtasiyelerde 2020 ajandaları baş köşelerde yer alıyor. Google ise 2009 yılında ajanda yönetimini kolaylaştıran 'Google Calendar' isimli ürününü tüm dünyanın kullanımına sundu ve son 11 yılda yüz milyonlarca insanın ajandasını dijital ortama

taşımayı başardı. Google Calendar üzerinde sadece size özel ajandalar yaratabileceğiniz gibi, çok sayıda kişinin aynı ajanda üzerinde notlar aldığı ortak kullanımlı ajandalar da yaratabilirsiniz. Hizmet tamamen ücretsiz. Android ve iOS telefonunuza uygulamayı yükleyerek veya web tarayıcınızdan www.google.com/calendar adresine girerek hizmeti kullanmaya başlayabilirsiniz.

2 Görev yönetimi: Bir önceki maddede yazdığım ajanda yönetimi ile görev yönetimi farklı konulardır. Ajanda yönetimi görevlerin gün ve saat planlamasını yapmanızı sağlarken ("1 Şubat 2020'de sabah 09:00 - 09:30 arasında X firması ile toplantı yapılacaktır" gibi), görev yönetimi görevin kimin tarafından üstlenileceği, görevin alt detaylarının nasıl halledileceğiyle ilgilenmektedir. Görev yönetimi platformlarını kullanarak çalışanlarınızla aynı görev tahtası üzerinde çalışabilir, kimin hangi görevlerde hangi safhada olduğunu takip edebilirsiniz. Görev yönetimi yapabileceğiniz ücretsiz platformlar arasında Trello, MeisterTask ve Kanbanflow

ön sıralarda gelmektedir. Ben şahsen MeisterTask'i tercih ediyorum. Android ve iOS telefonunuza uygulamayı yükleyerek veya web tarayıcınızdan www.meistertask.com adresine girerek hizmeti kullanmaya başlayabilirsiniz.

3 Dijital arşivleme: Kağıt dökümanlarınızı çok hızlı şekilde dijitalleştirmek için Adobe'nin Adobe Scan yazılımını kullanabilirsiniz. Dijitalleşen belgelerinizi güvenli bir ortamda saklamak ve gittiğiniz her yere beraberinizde götürmek için ise Google'ın Drive isimli dosya depolama platformunu kullanabilirsiniz. Her iki hizmet de ücretsiz. Android ve iOS telefonunuza uygulamaları yükleyerek veya web tarayıcınızdan www.google.com/drive adresine girerek hizmeti kullanmaya başlayabilirsiniz.

4 Müşteri/tedarikçi kayıtlarının tutulması ve dosyalarının düzenlenmesi: İş ilişkisi kurduğunuz her müşteri veya tedarikçi için yeni bir kalın klasör açıp içine devamlı olarak fişler, faturalar, irsaliyeler, kontratlar vs. gibi dosyalar ekliyorsanız bu çalışmalarını dijitalleştirme

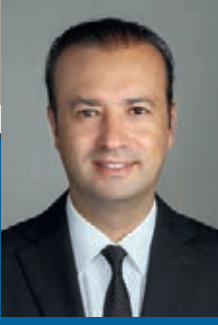
zamanınız çoktan gelmiş demektir. Müşterilerinizle veya tedarikçilerinizle olan iş ilişkinize dair tüm gelişmeleri kayıt altına alabileceğiniz dijital platformlara 'CRM platformları' adı verilmektedir. CRM kısaltması İngilizce dilinde Client Relationship Management için kullanılmaktadır. Türkçe'ye Müşteri İlişkisi Yönetimi olarak çevirmek mümkündür. Zoho CRM isimli platformun ücretsiz kullanım paketiyle belirli bir sayıda müşteri / tedarikçi ilişkisini dijital ortamda yönetebilirsiniz. Web tarayıcınızdan www.zoho.com/crm adresine girerek hizmeti kullanmaya başlayabilirsiniz.

5 Müşterilerle hızlı ve etkili iletişim: Birçok KOBİ sahibinin müşterileriyle şahsi telefon hattından görüştüğünü, WhatsApp'ta şahsi telefon hattını kullandığını görüyorum. Halbuki, WhatsApp bir süre önce 'WhatsApp Business' isimli servisini kullanıma açtı ve işletme sahiplerinin kurumsal telefonlarını WhatsApp'a kaydetmelerini ve şahsi telefon numaralarını deşifre etmeden WhatsApp üzerinden iletişimlerini sürdürmelerine imkan tanıdı. Siz de web tarayıcınızdan www.whatsapp.com/business adresine girerek hizmeti kullanmaya başlayabilirsiniz. Anlık mesajlaşma haricinde zaman zaman müşterilerinize toplu e-mail gönderme ihtiyacınız da olabilir. Örneğin, stoklarınıza yeni bir ürün girmiş olabilir, fiyatlarınızı güncelliyor olabilirsiniz, şirketinizle ilgili önemli haberleri paylaşmak isteyebilirsiniz... Bu gibi



zamanlarda duyurularınızı yapmak için MailChimp'i kullanmanızı öneriyorum. MailChimp'te bir defada maksimum 2 bin alıcıya kadar tek tuşla ücretsiz e-mail gönderebilirsiniz. Elinizdeki e-mail adresi sayısı 2 binden fazlaysa MailChimp'in ücretli planlarına geçiş yapmanız gerekiyor. Web tarayıcınızdan www.mailchimp.com adresine girerek hizmetten yararlanmaya başlayabilirsiniz. Son olarak sosyal medya iletişimini de ihmal etmeyelim. Bugün hem bireyler hem de her ölçekten işletmeler sosyal medya platformlarında varlık göstermek zorundalar. Facebook, Instagram, Twitter gibi kitlesel iletişim

platformlarını ayrı ayrı yönetmenin çok zaman aldığından şikayet ediyorsanız işte tam bu noktada Hootsuite isimli platform işinizi kolaylaştıracaktır. Sahibi olduğunuz sosyal medya hesaplarını Hootsuite platformuna bağlayarak tek ekrandan tüm sosyal medya hesaplarınızda paylaşımlar yapabilir, aldığınız yorumlara tek ekran cevaplar yazabilir, moderasyon yapabilirsiniz. Hootsuite günümüz KOBİ'lerinin etkili bir sosyal medya yönetimi yapması için olmazsa olmaz gereçlerden biri halindedir. Web tarayıcınızdan www.hootsuite.com adresine girerek hizmetten yararlanmaya başlayabilirsiniz.



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

Galatasaray
Üniversitesi İİBF,
İşletme Bölümü,
Muhasebe-Finansman
Anabilim Dalı
Öğretim Üyesi
vdemir@gsu.edu.tr



LİMİTED ŞİRKETLERİN ÖZELLİKLERİ

Bu ay ki yazımda; Limited Şirketlerin özelliklerini incelemeye ve özet şekilde sunmaya çalışacağım.

Tanımı:

Bir veya daha çok gerçek veya tüzel kişi tarafından bir ticaret unvanı altında kurulur; esas sermayesi belirli olup, bu sermaye esas sermaye paylarının toplamından oluşur.

Amaçları:

Limited şirket, kanunen yasak olmayan her türlü ekonomik amaç ve konu için kurulabilir.

Limited şirketler sigortacılık, bankacılık alanında faaliyet gösteremezler.

Ortaklar:

Ortak sayısı elliden (50) çok olamaz. Tek ortaklı limited şirket kurulabilir. Ortaklar, şirket borçlarından sorumlu olmayıp, sadece taahhüt ettikleri esas sermaye paylarını ödemekle ve şirket sözleşmesinde öngörülen ek ödeme ve yan edim yükümlülüklerini yerine getirmekle yükümlüdürler.

Şirket, esas sermaye paylarını içeren bir pay defteri tutar. Ortakların, adları, adresleri, her ortağın sahip olduğu esas sermaye payının sayısı, esas sermaye paylarının devirleri ve geçişleri itibari değerleri, grupları ve esas sermaye payları üzerindeki intifa ve rehin hakları, sahiplerinin adları ve adresleri bu deftere yazılır. Ortaklar pay defterini inceleyebilir.

Sermaye:

Sermaye en az 10.000.- TL olmalıdır. Her ortağın esas sermaye paylarının itibari değeri en az 25.- TL veya katları olması zorunludur.

Nakden taahhüt edilen payların itibari değerinin şirketin tescilini izleyen yirmi dört ay içinde ödenmesi gerekmektedir.

Üzerlerinde sınırlı aynı bir hak, haciz veya tedbir bulunmayan; nakden değerlendirilebilen ve devrolunabilen, fikri mülkiyet hakları ile sanal ortamlar ve adlar da dâhil, malvarlığı unsurları aynı sermaye olarak konulabilir. Hizmet edimleri, kişisel emek, ticari itibar ve vadesi gelmemiş alacaklar sermaye olamaz.

Şirketin Yönetimi:

Şirketin yönetimi ve temsili şirket sözleşmesi ile düzenlenir. Şirketin sözleşmesi ile yönetimi ve temsili, müdür sıfatını taşıyan bir veya birden fazla ortağa veya tüm ortaklara ya da üçüncü kişilere verilebilir. En azından bir ortağın, şirketi yönetim hakkının ve temsil yetkisinin bulunması gerekir.

Şirketin birden fazla müdürünün bulunması halinde, bunlardan biri, şirketin ortağı olup olmadığına bakılmaksızın, genel kurul tarafından müdürler kurulu başkanı olarak atanır.

Limited Şirketlerde Unvan:

Ticaret unvanlarında yer alacak ibareler; tacirin kimliği, işletmesinin genişliği, önemi ve finansal durumu hakkında üçüncü kişilerde yanlış bir görüşün oluşmasına sebep olacak nitelikte ve gerçeğe aykırı olamaz.

Ticaret unvanında yer alan ibareler; kamu düzenine, ulusal çıkarlara ve ahlaka aykırı olamaz, kültürel ve tarihi değerleri zedeleyecek şekilde belirlenemez.

Bir ticaret unvanına "Türk", "Türkiye", "Cumhuriyet" ve "Milli" kelimeleri alın, sade ve eksiz olarak; Bakanlar Kurulu

kararıyla konulabilir.

Anonim ve limited şirketlerin ticaret unvanında işletme konularından en az birinin yer alması zorunludur. İşletme konusunu gösteren ibarelerde kısaltma yapılamaz.

Başlıca amacı başka işletmelere katılmaktan ibaret olacak şekilde kurulacak anonim şirketlerin unvanında "holding" ibaresine yer verilmesi zorunludur.

Ticaret unvanında resmi olarak tanımlanmış yer adları kullanılabilir, ülke adlarının unvanda kullanılabilmesi için ise o ülkenin yetkili makamlarından izin alınması gerekir.

Kamu kurum ve kuruluşları ile ulusal ve uluslararası diğer kuruluşların adları ya da bunları tanımlayan kısaltılmış adları ticaret unvanlarında ek olarak kullanılamaz.

Ticaret sicilinden silinen bir ticaret unvanı, unvanın silinmesine ilişkin ilanın Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde yayımlandığı tarihten itibaren beş yıl geçmedikçe başka bir tacir adına yeniden tescil edilemez.

Limited Şirketler Faaliyet Raporu:

Sermaye şirketlerinin her faaliyet yılı ile ilgili finansal tablolarının, eklerinin ve yönetim kurulu faaliyet raporlarının izleyen yılın Şubat ayı sonuna kadar hazırlanması, şirketin yönetim organı başkanı ve üyeleri tarafından imzalanarak onaylanması gerekmektedir. Mevzuatta Şubat sonuna kadar denmesine rağmen, Genel Kurul'a sunulacağından, Genel Kurul toplantı tarihinde faaliyet raporunun hazır olmasının bir sakınca doğuracağı düşünülmektedir. Ancak, anonim şirketlerde yıllık olağan genel kurulun yapılabilmesi için yönetim kurulu yıllık faaliyet raporunun süresi içinde ha-

zırlanmış, yönetim organı başkanı ve üyeleri tarafından onaylanmış olması gerekmektedir. Dolayısıyla yıllık faaliyet raporu olmadan genel kurul yapılması olanaklı değildir.

Yıllık faaliyet raporunun öngörülen süre içerisinde hazırlanmaması ya da zorunlu bilgileri içermemesi durumunda Türk Ticaret Kanunu'nda öngörülen doğrudan bir ceza yoktur. Bu nedenle öngörülen süreden sonra hazırlanan raporlar da geçerlidir. Ancak, raporun geç ya da eksik hazırlanmasından kaynaklanan bir zarardan raporu hazırlamakla yükümlü olanlar sorumlu tutulabilecektir.

Yıllık Faaliyet Raporunda

Bulunması Gereken Bölümler:

- Genel bilgiler
- Yönetim organı üyeleri ile üst düzey yöneticilere sağlanan mali haklar
- Şirketin araştırma ve geliştirme çalışmaları
- Şirket faaliyetleri ve faaliyetlere ilişkin önemli gelişmeler
- Finansal durum
- Riskler ve yönetim organının değerlendirilmesi
- Diğer hususlar

Limited Şirketler Genel Kurul Toplantıları:

Türk Ticaret Kanunu'na göre, anonim ve limited şirketlerde yıllık olağan genel kurul toplantılarının faaliyet döneminin sonundan itibaren üç ay içinde

(Mart sonu) yapılması gerekmektedir. Ancak, bu zorunluluğa uyulmamasının doğrudan herhangi bir yaptırımını bulunmamaktadır. Bu nedenle, üç aylık süreden sonra gerçekleştirilecek olağan genel kurul toplantıları ve bu toplantılarda alınacak kararlar da geçerli olabilmektedir. Fakat genel kurulun süresi içinde toplantıya çağrılmamasından dolayı bir zarar oluşursa, bu zarardan toplantıya çağrı yükümlülüğüne uymayanlar sorumlu tutulabilecektir.

Genel kurullar olağan ve olağanüstü toplanmaktadır. Olağan toplantı her faaliyet dönemi sonundan itibaren üç ay içinde yapılmaktadır. Bu toplantılarda; organların seçimine, finansal tablolara, yönetim kurulunun yıllık raporuna, kârın kullanım şekline, dağıtılacak kâr ve kazanç paylarının oranlarının belirlenmesine, yönetim kurulu üyelerinin ibraları ile faaliyet dönemini ilgilendiren ve gerekli görülen diğer konulara ilişkin müzakere yapılmakta ve kararlar alınmaktadır.

Limited Şirket ve Anonim Şirket Arasındaki Farklar:

- Limited şirketlerde pay devri anonim şirketlere göre güçtür.
- Limited şirketler sermaye payı karşılığı hisse senedi çıkaramazlar.
- Limited şirketlerde ortak sayısı 50 ile sınırlandırıldığından ve hisse senedi çıkaramadıklarından halka açılmazlar.
- Limited şirketler uzun vadeli borç-

lanmak amacıyla tahvil çıkaramazlar.

■ Limited şirketlerin ortakları kamu borçlarından sermayeleri oranında sorumludurlar. Anonim şirketlerde kamu borçlarından ortaklar değil yönetim kurulu üyeleri sorumludurlar.

■ Limited şirketlerde asgari sermaye 10.000 TL; Anonim şirketlerde 50.000 TL'dir.

■ Limited şirketler bankacılık ve sigortacılık alanlarında faaliyet gösteremezler.

Vergisel Durum:

Limited Şirketler Kurumlar Vergisi mükellefidirler.

Kurumlar Vergisi oranı vergi matrahının % 22'sidir.

Tüm beyannameler elektronik ortamda verilmektedir.

Limited şirketler; çalışanlar, gerçek kişilerden kiraladıkları işyerleri, aldıkları serbest meslek hizmetleri için muhtasar beyanname verip, gelir vergisi stopajı öderler.

Muhtasar beyanname aylık verilebileceği gibi; çalışan sayısı 10 kişinin altında ise üç ayda bir de verilebilir.

Her ay Katma Değer Vergisi beyannamesi verirler.

3 ay da bir Kurum Geçici Vergisi beyannamesi verirler.

Limited şirketler kar payı dağıtıklarında; dağıttıkları kar payı üzerinden %15 oranında Gelir Vergisi stopajı yaptırırlar.

Limited şirketler verdikleri beyannamelerde maktu damga vergisi ödemekle yükümlüdürler

Beyanname verme ve ödeme süreleri tatil günleri olduğunda; bir sonraki iş günü gerçekleştirilir.

Limited Şirketlerde Damga Vergisi mükellefiyeti zorunlu değildir. Limited şirketler isterlerse Damga Vergisi mükellefiyeti açtırmak yerine, damga vergisine tabi işlemlerde 15 gün içinde bağlı bulunduğu vergi dairesine beyan edip ödeyebilir.

Bildirim Türü	Bildirim Tarihi	Ödeme Tarihi	Damga Vergisi
KDV	Takip eden ayın 24'ü	Takip eden ayın 26'sı	38,80 TL
MUHTASAR	Takip eden ayın 23'ü	Takip eden ayın 26'sı	38,80 TL
DAMGA VERGİSİ	Takip eden ayın 23'ü	Takip eden ayın 26'sı	-
SGK PRİMİ/SGDP	Takip eden ayın 23'ü son günü	Takip eden ayın	28,90 TL
KURUM GEÇİCİ VERGİ	Mayıs, Ağustos, Ekim, Şubat aylarının 14'ü	Mayıs, Ağustos, Ekim, Şubat aylarının 17'si	60,60 TL
KURUMLAR VERGİSİ	Takip eden yılın 25 Nisan'ı	Takip eden yılın 30 Nisan'ı	78,50 TL
GELİR VERGİSİ (ortaklar için şartlar oluşmuşsa)	Takip eden yılın 25 Mart'ı	Takip eden yılın 31 Mart'ı ve 31 Temmuz'u	58,80 TL
Ba-Bs FORMLARI	Takip eden ayın son günü	Ödeme yok	



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

2020 yılına girdik. Yepyeni bir yıl bizleri bekliyor. “Yeni olanın” karşıtlık alanında “eski olan”, “eskide kalan” duruyor. Eskide kalanlar bize deneyim kazandırırken yeni olanlar heybesinin içinde heyecanı, umutları ve gelecek hedeflerini taşıyor. Aslında birbirine karşıt duran iki kavram-eski ve yeni-birbirinin tamamlayıcısı oluyor. Böylece, bizlere bütünsel bir bakış açısı kazandırıyor. Aslına bakarsak iş hayatında durum değerlendirmesi yaparken karşıt alanlar üzerinden ilerlemek iş yapış süreçlerimizi zenginleştiriyor. Bütünü görebilmek için karşıtlıkları, karşıt alanları kavramak son derece önemli. İşte bu yüzden köşenin adı Janusyan Düşünceler...

İsim Janusyan Düşünme Kuramı’ndan esinlenerek konuldu. Bunun aslında bizi zenginleştiren bir düşünsel yöntem olduğu kanaatindeyim. Bu yöntem karşıtlıkları, zıt alanları, çelişkileri aynı anda düşünüp değerlendirebilme becerisini geliştiriyor. Tabi ki bu süreç yaratıcı düşünmeyi de besliyor. Janusyan düşünme becerisi aslında doğru ya da yanlış aramadan, kim haklı kim haksız değerlendirmesinde bulunmadan, çok daha geniş, çok daha derinlemesine tarafsız bir pencereden bakma farkındalığımızı artırıyor.

Bu köşede yer alacak yazılar işte tam da bu noktada farklı açılarıyla, karşıtlıklarıyla, zıtlıklarıyla bütünsel bir bakış oluşturma çabasını taşıyacak.

Girişimcilikte Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye girişimcilerin ve girişimci olmak isteyenlerin iş süreçlerinde önemli bir yer tutuyor. Sermaye denince akla öncelikli olarak fiziki ve finansal sermaye geliyor. Fiziki ve finansal sermaye madalyonun bir yüzüyseniz aslında sosyal sermaye de diğer yüzünü oluşturuyor. Biri olmadan diğersinin olması günümüz iş dünyasında çok da etki uyandırmıyor. Gelin bu durumu girişimler ve şirket yönetim süreçleri perspektifinden ele alalım ve işe şu soruları sorarak başlayalım: İşimizi kurarken ve yeni pazarlar oluşturmak için var gücümüzle çalışırken genelde ilk akla gelen fiziki ve finansal sermayesinin yeterliliği konusu oluyor. Oysa girişimlerimizin bir de sosyal sermayesi var. Bu

sosyal sermayeyi güçlendirmek mümkün mü? Peki, sosyal sermayeyi ekonomik sermayenin devamlılığını güvence altına alma noktasında bir araç olarak değerlendirmek mümkün olabilir mi? Her iki sorunun cevabı: Tabi ki mümkün. Öyleyse nasıl?

Sosyal sermaye kavramı sermayenin ekonomik boyutunun dışında kalan bütünlüğü oluşturmak ve sosyal bir takım ilişkilerin varlığına vurgu yapmak için ortaya çıkmış. İşte bu sebepten sosyal sermayenin özünü güven, işbirliği ve kolektif yaklaşımlar oluşturmakta. Tarihsel arka plana bakarsak modern sanayi döneminde fiziki ve finansal sermayeye ihtiyaç duyulmuş başka bir unsurun sermaye olarak değerlendirilmesine gerek

görülüyor. Sanayi sonrası, bilgi toplumuna geçişte ise sermayenin bireylerin insanlık durumuna dokunan boyutu önem kazanıyor. Modern toplumun yalnızlaştırdığı bireylerin karşı karşıya kaldığı yabancılaşmaya karşı, topluluk olmanın, kolektif eylemde bulunmanın ve bireylerarası ilişkilerin önemine dikkat çekiliyor. Böylelikle bu durum sosyal sermaye kavramsallaştırmasının hazırlayıcısı oluyor. Sosyal sermaye, ürettiği güven, dayanışma, işbirliği, bilgi paylaşımı gibi nitelikleri ile girişimcilerin ve girişimci olmak isteyenlerin üzerinde düşünmesi gereken konular arasında yerini alıyor. Bu yüzden ekonomik sermayenin yanında, ekonomik

olmayan sermaye diye de bir kategorinin bulunduğunu iş kurarken ve iş süreçlerini geliştirirken kendimize daha fazla hatırlatmamız gerekiyor. Bu kategorinin içi aslında sandığımızdan daha çok bileşeni içeriyor ve oldukça zenginleştirilmeye müsait. Burada sadece birkaçını ele alabileceğim.

Girişimcinin dünyasında ve şirketlerin yönetim sistemleri içinde sıklıkla “kurumsal değerler” (corporate values), “kurum kültürü” (corporate culture), “vizyonumuz”(our vision), “kişisel ve/veya kurumsal ilişkiler ağı” (network), “takım çalışması” (teamwork), “işbirliği” (cooperation) gibi birçok kavrama vurgu yapıyor. Bu kavramları sosyal sermayenin ana ve alt bileşenlerinden birkaçı olarak değerlendirmek hiç de yersiz olmaz. Zira bu bileşenler “sosyal sermaye artırımı” kapsamında

da önemli roller üstlenmekte. Örneğin, ortak amaçlar doğrultusunda hareket etmek sosyal sermayenin işbirliği ve kolektif tutumlar anlayışını güçlendiriyor. Girişimcilerin/şirket kurucularının, yöneticilerinin, çalışanların ve diğer paydaşların bu ortak amaçlar doğrultusunda değer üretmeleri son derece önemli.

Bunun yolu -girişimciler şirketleri kurarken ve süreçleri geliştirirken- şirketlerin varoluş amaçlarını iyi tanımlamaktan geçiyor. Sonrasını bu amaçlar doğrultusunda belirlenen yol haritalarının - yöneticilerine, çalışanlarına- yeteri kadar iyi aktarılması oluşturuyor. Sosyal sermayenin amaçsal girdileri ve bu girdilerle örüntülenen diğer süreçler daha en başında iş pratiklerine dâhil edildiğinde istenen amaçsal girdilere ulaşmak ve bu girdileri de

maksimum kârlılıkla sonuçlandırmak mümkün hale geliyor. Yapıp edilenlerin bu amaçlar doğrultusunda vücut bulması bana Ferdinand Tönnies’in amaca dayalı topluluklar (gemeinschaft) ile araçsal topluluklar (gesellschaft) yaklaşımını hatırlatıyor. Amaçsal ve araçsal duruş yine madalyonun iki yüzünü oluşturuyor ve birbirini tamamlıyor.

Sosyal sermayenin bir diğer örüntüsünü girişimci olarak sizlerin bu zamana kadar kazanım sağladığı bilgi ve deneyim birikimi oluşturuyor. Buradaki önemli olan yetkinliklerin ve bilgi birikimlerinin şirket içine, çalışanlara ne denli etkili aktarılıp aktarılamadığına bakıyor olmak. Pearson’ın Nesta ve Oxford Üniversitesi Martin School ile birlikte hazırladığı raporda sosyal bakış açısına sahip olmanın (social perspectiveness) günümüz iş dünyasında aranan yetkinliklerden biri olduğuna dikkat çekiyor. Buradan hareketle bir değerlendirme yaparsak hem girişimcilerin hem çalışanların bu yetkinlikleri geliştirmeleri ve iş pratiklerine taşımaları gerekiyor. Bu süreci yönetirken de istek ve heyecan düzeylerinin yüksek olması bekleniyor. Tam da bu noktada devreye “güven” giriyor. Sosyal sermayenin şirket içindeki değerlemesi kurucu-yönetici-çalışan üçgeninde yer alan güven unsurunun durduğu çitanın seviyesiyle belirleniyor. Güvenin olduğu iş ortamlarında çalışanlarla ve diğer paydaşlarla kurulan iletişim sürdürülebilir işbirlikleri ile taçlanıyor. Ezcümle, işbirlikleri rekabetçiliğin saldırgan arenasından çıkıp festivallerin yapıldığı keyifli bir Antikite agorasına dönüşüyor.



MAL TALEP

Yurtdışından 31 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) Aralık ayı içerisinde farklı ülkelerden birçok işbirliği teklifi geldi. Sizler için 31 farklı işbirliği çağrısını derledik.

1 ABD

Firma Adı: Anatolia Group Limited Partnership
Adres: 30 E. Georgia St. #414 Indianapolis
Yetkili Kişi: Arif Uğur
Tel: +1.317.478-0896
e-mail: info@anatoliadefense.com
web: www.anatoliadefense.com
 ABD, Indianapolis'de mühendislik, geliştirme, imalat, onarım ve lojistik alanlarında müşterilerinin ihtiyaç duyabilecekleri her konuyla ilgilenmek ve çözüm getirmek için kurulmuş olan ve gelişmiş bir uluslararası ağa sahip olduğu belirtilen Anatolia Group LP Şirketinin; iş dünyasının en prestijli adreslerinden bir tanesi olan INDIANAPOLIS, IN, ABD'de aylık 200 dolara ofis kullanım hizmetleri sunduğu belirtiliyor. Aidat, elektrik, ısınma, soğutma gibi tüm ofis hizmetlerinin kiralanan şirket tarafından yönetildiği ofislerde; prestijli bir yasal adrese sahip olma olanağına ilaveten; telefon hattı ve telefon tahsisi, sekreterlik hizmetleri, posta ve faks kullanımı, teknik ve altyapı kurulumu, önemli konukları karşılamada resepsiyonist hizmeti olanaklarının sunulduğu kaydediliyor.



2 ALMANYA

Firma Adı: Seggewiß Steuerberatung Wirtschaftsberatung GmbH
Adres: Lise-Meitner-Straße 6, 40878 Ratingen - GERMANY
Yetkili Kişi: Ömer Yasemin
Tel: +49.2102.9676 810
e-mail: oy@seggewiss-steuerberatung.de
web: www.seggewiss-steuerberatung.de
 Almanya'nın en büyük nüfusa ve en yoğun yerleşime sahip olan, dinamik bir yatırım ve ticaret bölgesi olan Kuzey Ren-Vestfalya (NRW) Eyaleti'nde Alman yatırım danışmanı ve mali müşavir ortaklarıyla beraber pazar araştırması, şirket kurma ve devamındaki işlemleri takip ve muhasebesini yapma hizmetleri verdiklerini ifade eden Ömer Yasemin, Almanya'da şirket kurmak isteyenlere hizmetlerini sunmak istediklerini bildiriyor.

3 ARJANTİN

Firma Adı: Corcement Group SRL
Yetkili Kişi: Alberto Rufino
e-mail: corcementgroup@gmail.com
 Arjantin Cumhuriyeti Büyükelçiliği Ticaret ve Ekonomi Bölümünden alınan bir yazıda; çimento endüstrisinin çeşitli alanlarında faaliyet gösteren, tasarım, montaj yönetimi, Start-up, eğitim, optimizasyon ve özel ekipman bakımı gibi konularda faaliyetlerde bulunan bir mühendislik firması olan Corcement Group SRL'nin ürün ve optimizasyon teknolojisi hizmetlerini ülkemize de sunmak istediği bildiriliyor. Firmanın Dünya çapında başarılı ve sürdürülebilir optimizasyonlar gerçekleştirdiği ve bu sayede maliyetlerin en aza indirildiği, verim ve kapasite kullanım artışı ve enerji tasarrufu sağlandığı ve çevreye olumsuz etkilerin azaltıldığı belirtiliyor.

4 HİNDİSTAN

Firma Adı: Jaya Household Products Private Limited
Adres: 'Poddar Court' 4th floor, Gate No. 4 18, Rabindra Sarani
Yetkili Kişi: Tarashanker Kumar / Head-Marketing(Binders)
Tel: +91.33.2225 8056;
Cep Tel: +91.916.3799339;
Faks:+91.33.2225 8055;
e-mail: sales@aparnacarbons.com;
web: www.indiamart.com/aparnacarbons/
 Firmanın rafine toz naftalin (Yüzde 99.4 saflıkta) ve 12-38 mm arası güve kovucu naftalin topları (HS 29029040) ihraç etmek istediği bildiriliyor.

5 FİRMA ADI: Chemex Organochem Pvt Ltd

Adres: 107, Udyog Kshetra, Link Road, Mulund West, Mumbai, 400080, Maharashtra
Yetkili Kişi: Tejas Thakker /Marketing Head
Cep Tel: +91.836.9045230;
e-mail: tvf_4892@yahoo.co.in;
web: www.chemexchemicals.com
 Firmanın katkı maddeleri ve kimyasal maddeler ithal etmek istediği bildiriliyor.

6 İNGİLTERE

Firma Adı: DEBENHAMS RETAIL PLC
Yetkili Kişi: Ben Alexander
Tel: +44.2086.112981
e-mail: purchasing.dept@debenhamp.co.uk
 Avrupa ürünleri satan bir perakendeci olan şirket moda ürünleri, kol saatleri, parfümler, çakmaklar, fayans, mermer, ahşap zemin döşemeleri, akıllı telefonlar, tabletler, dizüstü bilgisayarlar, bilgisayar sabit diskleri, TV'ler, klimalar, bisikletler, piller ve lastik ürünler konusunda işbirliği arayışında.

7 İRAN

Firma Adı: İbrahim Ramazani
Adres: Bazirgan - IRAN
Yetkili Kişi: İbrahim Ramazani
Tel: +90.506.0646467
e-mail: ibrahim.ramazani@gmail.com
 İran'dan toptan Robbi, Mazafati, Piyarum, Zahidi hurması temin eden İbrahim

Ramazani, hurma ithalatçılarıyla irtibat kurmak istiyor.

8 FİRMA ADI: Golden Fiber Co.

Adres: Hafta tir, Qaem Maqam Farahani str. 021 Tehran - IRAN
Yetkili Kişi: Tannaz Akbari
Tel: +98.912.2995696
e-mail: cml@goldenfiber.com.tr
web: www.goldenfiber.com.tr
 Firmanın en az 10000 MT/Ay sipariş koşuluyla 70/30 ya da 60/40 LPG ihraç etmek istediği bildiriliyor. Ödemelerin yüzde 100 LC ya da TT olacağı ve sevkiyatın FOB Asaluyeh ve/veya Bandar Abbas limanlarından olacağı belirtiliyor.

9 FİRMA ADI: Golden Fiber Co.

Adres: Hafta tir, Qaem Maqam Farahani str. 021 Tehran - IRAN
Yetkili Kişi: Tannaz Akbari
Tel: +98.912.2995696;
Faks: +98.218.8844072
e-mail: cml@goldenfiber.com.tr
web: www.goldenfiber.com.tr
 Firmanın en az 10000 MT/Ay sipariş koşuluyla 70/30 ya da 60/40 LPG ihraç etmek istediği bildirilmiştir. Ödemelerin yüzde 100 LC ya da TT olacağı ve sevkiyatın FOB Asaluyeh ve/veya Bandar Abbas limanlarından olacağı belirtiliyor.

10 İSRAİL

Firma Adı: 911 FASHION
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren

Tel: +972.3.5631020

e-mail: yonatk@chamber.org.il
 Önde gelen uluslararası markaları İsrail piyasasına tanıtmak amacıyla 2001 yılında kurulmuş olan moda giyim ve aksesuar şirketinin; orta ölçekte üretim yapan şirketlerle iş yapmak istediği bildirildi. Şirketin kumaş tedarikinden örneklemeye, üretime, kalite kontrol ve sevkiyattan tam bir uçtan uca süreç aradığı belirtilmiştir. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden birisi olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

11 FİRMA ADI: Open Aluminum Design Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren
Tel: +972.3.5631020
e-mail: yonatk@chamber.org.il
web: www.innout.co.il
 Kamu ve özel sektördeki her türlü inşaatın başından sonuna kadar denetim, mühendislik ve teknik danışmanlık işlerini yürüten girişimci bir müteahhitlik şirketinin; alüminyum / ahşap / ahşap-alüminyum pencere ve kapılar, alüminyum pergolalar, cam vb. ithal etmek istediği bildiriliyor. Şirketin, alüminyum işinde dünyadaki en ileri tedarikçilerin ithal ürünleri dâhil olmak üzere, özel sektörde, apartmanlarda ve lüks villalarda geniş deneyime sahip olduğu belirtiliyor.



MAL TALEP**12 İTALYA****Firma Adı:** DIVITALY SAS**Yetkili Kişi:** Marco Naretto**Tel:** +39.011.0241515**e-mail:** info@divitaly.com**web:** www.divitaly.com

DIVITALY SAS Firmasının gömlek ithal etmek istediği bildiriliyor.

13 FİRMA ADI: MORETTI SPA**Yetkili Kişi:** Filippo Fabbrini**Tel:** +39.055.962111**e-mail:** filippo@morettispa.com**web:** www.morettispa.com

Ortopedik ve tıbbi cihazlar ticaretiyle uğraşan MORETTI SPA Firmasının ortopedik ve tıbbi cihazlar imalatçılarıyla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor.

14 MACARİSTAN**Firma Adı:** ALX HUNGARY**Adres:** İncilipınar Mah. Nişantaşı Sok. Cazibe İş Merkezi No:13 Daire:1301 Şehitkamil / GAZIANTEP,**Yetkili Kişi:** Alper Bakır**Tel:** +90.342.215 3376**e-mail:** alper.bakir@alx.com.tr

ALX HUNGARY (Macar Ulusal Ticaret Ajansı) tarafından; inovatif tekstil çözümleri üreten bir Macar firmasının işbirliği fırsatı aradığı bildirildi. Ürettiği ürünleri hali hazırda Avrupa ve Rusya'ya sattığı ifade edilen Firmanın, Türkiye'den gelebilecek her türlü talebi de karşılayabileceği belirtiliyor.

15 PAKİSTAN**Firma Adı:** Shishli Dış Ticaret**Adres:** Büyükdere Cad. Levent Plaza No:173, Levent - İstanbul**Yetkili Kişi:** Suzan Aykol**Tel:** +90.548.8242580**e-mail:** marketing@shishli.com

İstanbul merkezli dış ticaret firmasının, Pakistan'a ihracat yapmak üzere gıda üreticisi Türk firmalarıyla işbirliği yapmak istediği bildiriliyor.

16 FİRMA ADI: Win International Services (Pvt) Limited**Adres:** Office 03, First Floor, Zahid Iqbal Center Punjab Market, Sector G-13/4 Islamabad**Yetkili Kişi:** Waleed Ahmed**Tel:** +92.51.2300971

Pakistanlı tuz firmasının; sofrata tuzu, Himalaya kaya tuzu, endüstriyel tuz, tuz lambaları ve tuzdan yapılmış dekorasyon ürünleri ihraç etmek istediği bildiriliyor.

RUSYA**17 FİRMA ADI: Yug LLC****Adres:** 352902, the Russian Federation,

Krasnodar Territory, Armavir, Zheleznodorozhnaya street, 63/1

Yetkili Kişi: Oksana Artyuhova**Tel:** +7.8613.3-56-00;**Cep Tel:** +7.929.8340665;**e-mail:** artyuhova_ov@sppyug.ru;**web:** www.sppyug.ru

Ayçiçeği yağı ve mısır yağı üreticisi firmanın, ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildiriliyor. Teklif TOBB'a, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletildi.

18 FİRMA ADI: Altaiskaya krupa JSC**Adres:** 659540, Russia, Altai Territory, Sovetsky region, Sovetskoye village, Altaisky pereulok, 21.**Yetkili Kişi:** Elena Bolotova / Director as

Department of Sales

Tel: +7.3854.306-604 ext: 20;**Cep Tel:** +7.923.167-0992;**e-mail:** 9231670992@goodwill-tm.ru;**web:** http://en.altkrupa.ru/

Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği; Agroholding "Goodwill" veya JSC «Altaiskaya krupa» olarak adlandırılan Rus firmasının; sağlıklı beslenme için yulaf gevreği, değişik tahıllardan besinler ürettiğini ve Türkiye'den bir ithalatçı aradığını bildiriyor. Ürünlerin 0.4 kg ila 5 kg arasında ve hatta kahvaltılık amaçlı olanların 40 gramlık küçük poşetlerle ambalajlandığı belirtiliyor. ABD, Kanada, İsrail, Çin, Moğolistan ve Avrupa Birliği ülkelerine ihracat yapan firmanın ürünlerini Sibirya'da (Rusya'nın ekolojik bölgesi) yetiştirdiği belirtiliyor.

19 FİRMA ADI: FARM TEMIRBULATOV**Yetkili Kişi:** Ruslan Temirbulatov**Tel:** +7.937.633 93 93**e-mail:** n-m999@mail.ru

Buğday, arpa, yemlik arpa, mısır üreticisi firmanın, ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildirilmiştir. Söz konusu teklif Birliğimize, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletilmiştir.

20 FİRMA ADI: Artis Line LLC**Adres:** 379/2 Pionerskaya Str., 14,

Maikop, Republic of Adygeya, Russian

Federation

Yetkili Kişi: Denis Balitsky**Tel:** +7.8772.57-44-14**e-mail:** info@artisline.com

Rusya'da üretilen tahıl ve tahıl dışında çeşitli tarım ürünlerinin ihracatına aracılık eden Artis Line LLC Şirketinin arpa ve buğday ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildiriliyor.

21 FİRMA ADI: ACK Group LLC**Adres:** 49/65, Bolshaya Kazachya

Street, Saratov, Russian Federation

Yetkili Kişi: Ms. Victoria Krivosheyeva

Tel: +7.987.3143850

web: www.group-ack.ru

Rusya'da üretilen çeşitli tarım ürünlerinin ihracatına aracılık eden ACK Group LLC Şirketinin nohut, arpa, kolza tohumu, soya fasulyesi, sarı mısır, ayçiçeği tohumu vb. ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildiriliyor.

22 SİRBİSTAN**Firma Adı:** DELTA RG**Adres:** Str.Jahja Beatle, No.26,
60000 Gilan-Kosova**Yetkili Kişi:** Levent GAŞ**Tel:** +383.44.144 036**e-mail:** deltargkos@gmail.com

Şirket, TOBB'a başvurarak Sırbistan'da Voyvodina Bölgesinin Sırbobran veya Beçeş şehirinde Avrupa pazarına uygun kalitede üretim yapabilecek orta kapasiteli yeni bir ayçiçeği yağı fabrikasının yapımı için Türkiye'den ortak aradıklarını bildiriliyor.

23 UKRAYNA**Firma Adı:** POTOKI**Adres:** 9, Baykalska st., Dnipro, Ukraine**Yetkili Kişi:** Tkachenko Anastasiia**Tel:** +380.67.464-60-22**e-mail:** sale@mez.com.ua

Ayçiçeği yağı ve ayçiçeği çekirdeklerinden elde edilen yüksek proteinli hayvan yemi üreticisi ve ihracatçısı olan firmanın, rafine edilmemiş 1. sınıf ayçiçeği yağı ve yüksek proteinli hayvan yemi ihraç etmek istediği bildiriliyor.

24 FIRMA ADI: UKRSPİRT**Adres:** 1 Borisa Hrinchenka Str.,Kyiv,
01001, Ukraine**Yetkili Kişi:** Lyudmyla Novak**Tel:** +380.96.0015511**e-mail:** l.novak@ukrspirt.com

Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından; etil alkol ve içki çeşitleri üreticisi olan "UKRSPİRT" Devlet İşletmesinin, dış pazarlarda sertifikalı ve rekabetçi olan çok çeşitli alkollü içecekler ihraç etmek istediği bildiriliyor.

25 FIRMA ADI: ATS UKRAINE LLC**Adres:** 37, Murmanskaya str.,
Kropyvnytskyi, 25014 Ukraine**Tel:** +380.522.271535 / 271565;**e-mail:** atsukraine@ukr.net;**web:** www.ats-ukraine.com

Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından, ATS Ukraine LLC Firmasının doğal bal ihraç etmek istediği bildiriliyor.

26 HOLLANDA**Firma Adı:** De Wereldbazar OG BV**Adres:** Hamdijk 5, 9693 TB Bad Nieuweschans

The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Güren / Koordinatör & Proje Lideri**Tel:** +31.50.2600605**e-mail:** sedat@dewereldbazar.nl

Avrupa'da ilk defa Türk iş adamı tarafından Kuzey Hollanda'nın Almanya sınırındaki Groningen şehrinde, İstanbul'daki Kapalıçarşı'dan esinlenerek kendisine ait 100 bin m²'lik arazide yapımına başlanan 550 dükkânlı AVM Projesine katılacak yatırımcılar (ortak/ortaklar, inşaat şirketleri, inşaat malzemeleri üreticileri) arandığı bildiriliyor.

27 FIRMA ADI: Spa World Hotel**Adres:** Hamdijk 5, 9693 TB Bad
Nieuweschans The Netherlands**Yetkili Kişi:** Cemil Güren/Koordinatör&Proje
Lideri**Tel:** +31.50.2600605**e-mail:** sedat@dewereldbazar.nl

Kuzey Hollanda'nın Almanya sınırında 625 metre derinlikte yüksek kaliteli termal suyu bulunan, yurttaşımıza ait 32500 m²'lik arazide, 170 odalı, 4000 m² subtropic kapalı yüzme havuzlu, 600 adet termal havuzlu, tüm müsaadeleri alınmış Termal SPA Oteli Projesinin satışa çıkarıldığı bildiriliyor.

28 FIRMA ADI: Europa&Turkey Trade Center**Adres:** Hamdijk 5, 9693 TB Bad
Nieuweschans, The Netherlands**Yetkili Kişi:** Cemil Güren**Tel:** +31.6.46620825**e-mail:** sedat@dewereldbazar.nl

Hollanda'da yeni kurdukları Europa & Turkey Trade Center ile Avrupa ile Türkiye arasında gereksinim duyulan her türlü ürün alım ve satımı (ithalat-ihracat), pazar araştırması, şirket kurma ve devamındaki idari ve hukuki işlemleri gerçekleştirme hizmetleri verdiklerini ifade eden yurttaşımız Cemil Güren, Avrupa genelinde şirket



kurmak isteyenlere profesyonelce hizmetlerini sunmak istediklerini ve müşterilerinin karşılaştıkları zorlukları aşmada yardımcı olabileceklerini bildiriyor.

29 ROMANYA**Firma Adı:** FRD Center**Adres:** 5 Orzari str., bl. 46bis 021551Bucharest**Yetkili Kişi:** Andrei BOJOR**Tel:** +40.21.411 1459**e-mail:** andrei@frdcenter.ro

Romanya'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından; Romanya'da pazara giriş hizmetleri sağlayıcısı olan, yabancı ortaklıklar, satın almalar, birleşmeler ve yatırımlar için kişiselleştirilmiş ve profesyonel destek hizmetleri sunan, yerel ve bölgesel iş ve ticaret danışmanlığı yapan FRD Center (Factor Regional Development Center) adlı danışmanlık şirketinin Türk firmalarına da hizmetlerini sunmak istediği bildirilmiştir. Şirketin, danışana özgü hizmet, projeye göre minimum profesyonel komisyon ve yürütülen işte başarı sağlanması durumunda alınacak profesyonel komisyon yöntemiyle çalıştığı belirtilmiştir.

30 YUNANİSTAN**Firma Adı:** KOZAT S.A. FINE FOODS**Adres:** 40-42 St. Nicholas Street, 27057

Tragano Ilias, Greece,

Tel: +30.2623.62430;**Faks:** +30.2623.61116 ;**e-mail:** kozat-sa@kozat.gr ;**web:** www.kozat.gr

Firmanın, Çanakkale Biga'da bulunan dolmalık kırmızıbiber konservesi (HS - 2001902000) fabrikasının satılmak istendiği bildiriliyor.

31 FIRMA ADI: KAVAZIS PANOS**Adres:** LIKOFOS SOUFLI, EVROS

THRACE/GREECE, 68400,

Yetkili Kişi: KAVAZIS PANOS**Tel:** +30.693.7292370;**Faks:** +30.255.4051279 ;**e-mail:** kavazispanos@gmail.com

Firmanın, İpsala sınırımıza çok yakın olan bir bölgede, iş giysileri üretimi için bir ortak aradığı bildiriliyor. Altyapısının tamam olduğu belirtilen bölgede, devlet desteğinden dolayı rekabetçi düşük işçilik ücretlerinin de söz konusu olduğu vurgulanıyor.

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
16. Uluslararası Dossodossi Moda Gösteri Fuarı	06 OCAK 2020	10 OCAK 2020	Tekstil Koleksiyon Ürünleri ve Kumaş Fuarı	Bursa
JUNISHOW Bursa	08 OCAK 2020	11 OCAK 2020	Bebe ve Çocuk Hazır Giyim	Bursa
38.Uluslararası İstanbul Anne Bebek Çocuk Ürün. F. Küresel Temizlik Fuarı	08 OCAK 2020	11 OCAK 2020	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	İstanbul
3.Exponazı Agro Tarım, Hayvancılık ve Gıda Fuarı	09 OCAK 2020	12 OCAK 2020	Endüstriyel, Kişisel, Tesis Temizlik Makine Ürünleri	İstanbul
Adıyaman Gıda Yöresel Ürünler Hediyelik Eşya Fuarı	09 OCAK 2020	12 OCAK 2020	Tarım Makineleri, Hayvan Yetiştiriciliği Makine Ekipman ve Teknolojileri	Aydın
1. İstanbul Öğretmen Karrier Fuarı	10 OCAK 2020	19 OCAK 2020	Adıyaman Gıda Yöresel Ürünler Hediyelik Eşya ve El Sanatları	Adıyaman
Arifas Hotel Equipment	11 OCAK 2020	12 OCAK 2020	Eğitim, Eğitim Donanımları	İstanbul
Arifas Food Product	15 OCAK 2020	18 OCAK 2020	31. Uluslararası Konaklama ve Ağırhava Ekipmanları Fuarı: Otel Ekipmanları, Tekstil, Dekorasyon ve Servis Ekipmanları	Antalya
2. LESHOW İSTANBUL Deri & Moda Fuarı	15 OCAK 2020	18 OCAK 2020	27. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı: Gıda İçecek Ürünleri, Ambalaj ve Ekipmanları	Antalya
Evlilik Dünyası 2020	16 OCAK 2020	18 OCAK 2020	Deri Giyim, Kürk Giyim, Hazır Dış Giyim, Ayakkabı, Saracıya, Aksesuar	İstanbul
IF Wedding Fashion İzmir	17 OCAK 2020	19 OCAK 2020	Evlilik Hazırlık ve Düğün Ekipmanları Fuarı: Evlenecek Çiftlerin Bulabileceği Her Şey ve Evlilik Hazırlıkları	İstanbul
Leather & More İzmir	21 OCAK 2020	24 OCAK 2020	14. Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim Fuarı: Gelinlik, Damatlık ve Abiye Giyim	İzmir
CNR İMOB 2020- İstanbul Mobilya Fuarı	21 OCAK 2020	23 OCAK 2020	Deri ve Deri Koleksiyonu	İzmir
Marmara Tekne-Kamp Karavan Fuarı	21 OCAK 2020	26 OCAK 2020	Her Türü Ev ve Ofis Mobilyası	İstanbul
Marmara Doğa ve Av Sporları- Bisiklet ve Motosiklet F.	22 OCAK 2020	26 OCAK 2020	Tekne- Motorlan-Ekipmanları- Kamp- Karavan Gereçleri	Kocaeli
ACE OF M.I.C.E. Kongre, Toplantı ve Etkinlik Fuarı	22 OCAK 2020	26 OCAK 2020	Doğa Av Sporları Ekipmanları- Bisiklet- Motosiklet	Kocaeli
Decoy Bodrum	22 OCAK 2020	24 OCAK 2020	Kongre, Toplantı ve Etkinlik	İstanbul
Aydın Uluslararası Tarım Gıda ve Hayvancılık Fuarı	22 OCAK 2020	25 OCAK 2020	Hoteller, Rezidans, Restoranlar, Cafe, Bar, Pastahane İnşaat Tadilat ve Mutfak Ekipmanları Profesyonel Ses Işık Fuarı: Tadilat, Yenileme, Gastro Ekipmanları İnşaat	Muğla
Eskişehir Gıda Fuarı	23 OCAK 2020	26 OCAK 2020	Tarım Gıda ve Hayvancılık	Aydın
5.Çukurova Tarım Fuarı	23 OCAK 2020	26 OCAK 2020	Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri, Unlu Mamüller, Soğutucular, Depolama, Paketleme ve Mağaza Market Ekipmanları	Eskişehir
EV'leniyorum 2020 Samsun	28 OCAK 2020	30 OCAK 2020	Agrivip Tarımsal Üretim ve Ticaret Fuarı	Adana
Gaming İstanbul	29 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Züccacıya, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Çeyiz, Halı, Beyaz Eşya, Düğün Organizasyonu, Ev Elektronikleri Fuarı	Samsun
EMIT 2020	30 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	Uluslararası Oyun, Spor ve Dijital Eğlence Fuarı: Oyun, Spor, Dijital Eğlence Fuarı	İstanbul
Çukurova Tekstil ve Hazır Giyim Fuarı	30 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	24.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı: Turizm	İstanbul
Güneyege	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	Hazır Giyim, Kumaş, Yan Sanayi ve Aksesuarları Fuarı	Adana
Biz Evleniyoruz - Evlilik ve Düğün Hazırlık Fuarı	05 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	2. Evlilik, Evlilik Hazırlık, Düğün, Çeyiz, Anne ve Bebek Fuarı: Evlilik, Evlilik Hazırlık, Düğün, Çeyiz, Anne ve Bebek İhtiyaçları	Muğla
PENTEX 9 Penye, Tekstil ve Teknolojileri Fuarı	05 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Evlilik ve Düğün Hazırlıkları	Antalya
Lineexpo İstanbul İç Giyim ve Çorap Fuarı	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	Penye, Tekstil ve Teknolojileri	Gaziantep
15.Agroexpo Uluslararası Tarım ve Hayvancılık Fuarı	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	İç Giyim ve Aksesuarları, Yatak Kiyafeti, Çorap, Mayo, Ev Kiyafeti	İstanbul
Entegre Tesis Yönetim Hizm. Ürün ve Tekn. Fuarı	06 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Tarım, Tarımsal Mekanasasyon, Seracılık ve Hayvancılık Teknolojileri	İzmir
Uluslararası CNR Kitap Fuarı	06 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Entegre Tesis Yönetim Hizmetleri Konu Alan Ürün Teknoloji, Makine ve Hizmetleri	İstanbul
Furnitrend Akdeniz	08 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Yayın, E-İyayın ve Teknolojileri	İstanbul
Diyarbakır Ev'leniyorum 2020	12 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Ofis Mobilyaları, Orman Ürünleri Yan Sanayi	Antalya
Yendex Turkey 20	13 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Mobilya Aksesuar, Dekorasyon, Züccacıya, Gelinlik, Damatlık, Abiye Kiyafet, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev elektronikleri	Diyarbakır
ATRAK 20	13 ŞUBAT 2020	15 ŞUBAT 2020	Otomat Makinaları Self Servis Sistemleri & Sarf Malzemeleri Fuarı	İstanbul
Adventure Turkey 20	13 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	8.Uluslararası Eğlence, Etkinlik, Park, Rekreasyon Endüstrisi ve Hizmetleri Fuarı	İstanbul
Karadeniz 6.Kitap Fuarı 2020	15 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Macara Turizmi ve Sporları Fuarı	İstanbul
EURIE Avrasya Yüksek Öğretim Zirvesi ve Fuarı	19 ŞUBAT 2020	21 ŞUBAT 2020	Kitap, Süreli Yayınlar	Samsun
Adana Kent 2020	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Uluslararası Yüksek Eğitim	Adana
Adana İnşaat 2020 (Güneş Enerjisi Özel Bölümü)	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	12.Belediye İhtiyaçları Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri, Çevre Teknolojileri ve Spor Tesisleri Fuarı	Adana
ADANIA IHS 2020	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Yapı Malzemeleri, İş ve İnşaat Makineleri, Altyapı, Mühendislik Hizmetleri	Adana
Horeca Fair	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	13.İstima, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz Teknolojisi, Tesisat ve Yalıtım Fuarı: İstima, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz Teknolojisi, Tesisat ve Yalıtım	Adana
İstanbul Kırtasiye - Ofis	19 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Uluslararası Ege Bölgesi 5.Otel Ekipmanları, Ağırhava, Konaklama Teknolojileri Fuarı: Otel Ekipmanları, Ağırhava, Konaklama Teknolojileri	İzmir
Horeca Fair Ege	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	4. Uluslararası Okul, Kırtasiye, Kağıt, Ofis Malzemeleri, Oyuncak Fuarı: Kırtasiye ve Kağıt Ürünleri, Okul ve Ofis Malzemeleri, Oyuncaklar	İstanbul
Çeyiz Türkiye 2020	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Ev Dışı Tüketim Ürünleri, Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Depolama, Soğutma, Taşma ve Market Ekipmanları	İzmir
Şanlıurfa Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Çeyiz Yetiştiriciliği, Üretim, Teknolojisi, Pazarlaması, Ürünleri ve Ticareti	Antalya
Motobike İstanbul	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Tarım Ekipmanları, Tohumculuk, Hayvancılık	Şanlıurfa
Ev'leniyorum 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Motosikletler, Bisikletler, Aksesuarlar, Tuning, Servisler ve Bayiler	İstanbul
Eskişehir 2. Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccacıya, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Kiyafet, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri	Eskişehir
Eskişehir Dekorasyon Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Kozmetik, Kişisel Bakım ve Sağlıkli Yaşam	Eskişehir
İstanbul Sanat Antika Kitap Fuarı	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	2. Ev ve Ofis Mobilyaları, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstil, Bahçe Mobilyaları, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri ve Aksesuarları	Eskişehir
Kayseri Tarım Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Görsel ve İşitsel Sanat Eser ve Aletleri Antika Eşyalar Kitap ve Süreli Yayınlar	İstanbul
Camp & Caravan İstanbul 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Tarım ve Hayvancılık, Gıda	Kayseri
Avrasya Boat Show 2020	21 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Kamp ve Karavan Araçları, Aksesuarları, Ürünleri, Hizmetleri	İstanbul
Shudyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	21 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Deniz Araçları, Ekipmanları ve Aksesuarları	İstanbul
Shudyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	22 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Eğitim Fuarı	İstanbul
16.Ege Tarım, Sera ve Hayvancılık Fuarı	25 ŞUBAT 2020	25 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Eğitim	Ankara
Çiçek Dizeyn Fuarı	26 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Tarımsal Mekanasasyon, Tarım Teknolojileri, Seracılık ve Hayvancılık	Denizli
Enexer Antalya	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Kesme Çiçek ve Peyza Fuarı	İstanbul
Qoflex İstanbul	27 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Antalya Enerji Verimliliği ve Dönüşümü Fuarı	Antalya
5.Uluslararası Fastener Fair Turkey	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Kahve Endüstrisi Fuarı	İstanbul
Shudyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	27 ŞUBAT 2020	27 ŞUBAT 2020	5.Uluslararası Bağlantı ve Sabitleme Elemanları Teknolojisi Fuarı	İstanbul
17.Uluslararası İstanbul İplik Fuarı 2020	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları	İzmir
14. Ankara Kitap Fuarı	28 ŞUBAT 2020	08 MART 2020	Parmak, Yün, Sentetik, Rejenere, Doğal, Teknik İplikler, Elyaf, Bobin, Masuralar	İstanbul
Türkiye Anıtlık Fuarı	28 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Ankara
4.İsparta Kitap Fuarı	28 ŞUBAT 2020	08 MART 2020	Anıtlık Malzemeleri, Ekipmanları, Petek, Yem ve Teknolojileri	İstanbul
Evlilik Hazırlık Festivali ve Fuarı	28 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	İsparta
Shudyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	29 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Evlilik ve Düğün Yönelik Bütün Hazırlıklar	Ankara
Bursa Üniversite Tercih ve Karrier Fuarı	02 MART 2020	03 MART 2020	Yurtdışı Eğitim Fuarı	İstanbul
Adana Eğitim ve Karrier Fuarı	03 MART 2020	04 MART 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	Bursa
FETEX 10.Fethiye Turizm, Tedarik ve Yiyecek İçecek F.	04 MART 2020	07 MART 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Adana
Premiere Vision İstanbul	04 MART 2020	05 MART 2020	Fethiye Turizm, Turizm Tedarikçileri ve Yiyecek İçecek	Muğla
Cafe Design	04 MART 2020	07 MART 2020	Hazır Giyim Yönelik Kumaş, İplik ve Aksesuarlar	Muğla
III. Nükleer Santraller Zirvesi ve Fuarı	04 MART 2020	05 MART 2020	Mekan Tasarımı, Ekipman, Aksesuar, İş Geliştirme, Mobilya	İstanbul
Gapfood 16.Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj Fuarı	04 MART 2020	07 MART 2020	Nükleer Sanayi, Nükleer Yenileştirme, Teknoloji Transferi	İstanbul
Gapfarm Tarım	04 MART 2020	07 MART 2020	Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj	Gaziantep
MODEKO 2020 Uluslararası İzmir Mobilya Fuarı	04 MART 2020	08 MART 2020	11.Tarım Teknolojileri ve Hayvancılık Fuarı	Gaziantep
Kayseri Tarım Fuarı	04 MART 2020	08 MART 2020	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları	İzmir
Avrasya Kapı 2020	04 MART 2020	07 MART 2020	Tarım Hayvancılık ve Teknolojileri	Kayseri
Avrasya Cam 2020	04 MART 2020	07 MART 2020	Kapı, Kepek, Kilit, Alarm ve Güvenlik, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	İstanbul
			Cam Ürünleri, Uygulamaları, Üretim İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tanımlama Ürün ve Kimyasalları	İstanbul

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
Avrasya Pencere 2020	04 MART 2020	21.Uluslararası Pencere, Panjur, Cephe Sistemleri Aksesuarları, Profil Teknolojileri ve Makineleri, Yalıtım Malzemeleri, Hammaddeler ve Tamamlayıcı Ürünler Fuarı	İstanbul
BUSWORLD Türkiye 2020	05 MART 2020	07 MART 2020	İstanbul
Mersin Agrodays	05 MART 2020	08 MART 2020	Mersin
Farmers' Fair	05 MART 2020	08 MART 2020	Muşla
Güzellik&Bakım 2020	05 MART 2020	08 MART 2020	İstanbul
Sağlıklı Yaşam ve Beslenme	05 MART 2020	08 MART 2020	İstanbul
Van Gıda, Yöresel Ürünler Hediye Eşya Fuarı	06 MART 2020	15 MART 2020	Van
Boat Show Eurasia	07 MART 2020	15 MART 2020	İstanbul
Bursa 18. Kitap Fuarı	07 MART 2020	15 MART 2020	Bursa
Samsun Mobilya Dekorasyon Fuarı 2020	10 MART 2020	15 MART 2020	Samsun
UNICEFA Seramik Banyo Mutfak Fuarı	10 MART 2020	14 MART 2020	İstanbul
Şanlıurfa Evlilik Hazırlık Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Şanlıurfa
İzmir Üniversite Tercih ve Karrier Fuarı	11 MART 2020	12 MART 2020	İzmir
BODEX	11 MART 2020	14 MART 2020	Muşla
Doğu Anadolu Erzurum Mobilya Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum EV Yeniyorum	11 MART 2020	15 MART 2020	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum	11 MART 2020	15 MART 2020	Erzurum
9.Bursa Karacabey Tarım Hayvançılık ve Gıda Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Bursa
Güneş Enerjisi, Enerji Depolama, Elektrikli Ulaşım F.	11 MART 2020	13 MART 2020	İstanbul
Art Ankara 6.Uluslararası Çajdaç Sanat Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Ankara
4.Uluslararası İstanbul Hırdavat Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	İstanbul
6. Domatekpo Domates Yetiştiriciliği ve Teknolojileri F.	12 MART 2020	14 MART 2020	Antalya
Bahkesir Tarım Fuarı 2020	12 MART 2020	15 MART 2020	Bahkesir
PET İzmir Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	İzmir
Ortaoğu İnşaat Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Diyarbakır
İsaf Exclusive Fuarı ve Konferansı	12 MART 2020	14 MART 2020	Ankara
Win Eurasia 2020	12 MART 2020	15 MART 2020	İstanbul
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	15 MART 2020	15 MART 2020	Ankara
Ankara Üniversite Tercih ve Karrier Fuarı	16 MART 2020	17 MART 2020	Ankara
Konya Tarım 2020	17 MART 2020	21 MART 2020	Konya
BURSA TEXTILE SHOW	17 MART 2020	19 MART 2020	Bursa
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	17 MART 2020	17 MART 2020	İzmir
Marex	18 MART 2020	21 MART 2020	Muşla
Boat Antalya	18 MART 2020	22 MART 2020	Antalya
Karantalya	18 MART 2020	22 MART 2020	Antalya
Heritage İstanbul 2020	18 MART 2020	20 MART 2020	İstanbul
ISEC	18 MART 2020	21 MART 2020	İstanbul
Doğu Marmara Yapı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Kocaeli
Eskişehir Endüstri Fuarı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Eskişehir
Doğu Marmara Mobilya Fuarı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Kocaeli
Doğu Marmara 3. Gayrimenkul Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Kocaeli
IDEV 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Kocaeli
Doğu Marmara 2. Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Kocaeli
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	19 MART 2020	19 MART 2020	İstanbul
İstanbul Jewelry Show Mart 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	İstanbul
Turkcoat & Paint İstanbul 2020	19 MART 2020	21 MART 2020	İstanbul
İstanbul Oyuncak Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	İstanbul
EXPOMED EURASIA	19 MART 2020	21 MART 2020	İstanbul
7.Uluslararası İskele Kalıp Köprü, Beton ve Agregası F.	19 MART 2020	22 MART 2020	İstanbul
Kepez Kitap Fuarı	20 MART 2020	29 MART 2020	Antalya
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	21 MART 2020	22 MART 2020	İstanbul
4.İstanbul Eğitim ve Karrier Fuarı	23 MART 2020	24 MART 2020	İstanbul
Yan Mobilya Dekorasyon Fuarı	24 MART 2020	29 MART 2020	Van
Mobexpo Mobilya, Mutfak, Dekorasyon Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Gaziantep
Saha Expo Savunma Havacılık ve Uzay Sanayi Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	İstanbul
Hatay Yapı Dekorasyon Gayrimenkul, Belediye Fuarı	25 MART 2020	29 MART 2020	Hatay
Çanakale Evlilik Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Çanakale
İBAKTECH	26 MART 2020	29 MART 2020	İstanbul
Belediye İhtiyaçları Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Şanlıurfa
Otel, Restoran Konaklama Teknolojileri Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Şanlıurfa
15. Uluslararası İdeal Home Türkiye	26 MART 2020	29 MART 2020	İstanbul
Çukurova Ahsap İşleme Makineleri Fuarı 2020	26 MART 2020	29 MART 2020	Adana
Çukurova Mobilya Yan Sanayi Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Adana
Menapı, Yapı İnşaat ve Tedarikçileri Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Mersin
Antalya City Expo 9. Şehirlik&Teknolojileri Fuarı	26 MART 2020	28 MART 2020	Antalya
HEF Ev Elektronik Fuarı İstanbul	26 MART 2020	29 MART 2020	İstanbul
7.MARGOTEX 20	26 MART 2020	29 MART 2020	Mardin
3.MARBUILDS 20	26 MART 2020	29 MART 2020	Mardin
4. Denizli Kitap Fuarı	27 MART 2020	05 NISAN 2020	Denizli
14.Gayrimenkul Fuarı ve Arap-Türk Zirvesi	28 MART 2020	29 MART 2020	İstanbul
Eskişehir Mobilya Fuarı 2020	31 MART 2020	04 NISAN 2020	Eskişehir
MARBLE	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	İzmir
1. Batman Evlilik Hazırlık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Batman
1. Batman Anne Bebek Çocuk Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Batman
Doğu Marmara 3. Sera, Bahçe Fuarı 2020	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Kocaeli
Doğu Marmara 3. Tarım, Hayvançılık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Kocaeli
Konya Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Konya
Konya İdeal Ev Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Konya
Konya Evlilik Hazırlık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Konya
9. Trakya Hav., Tarım, Süit Ürünleri ve Tohum Fuarı	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Kırklareli
Aymod 24.Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	İstanbul

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Ocak 2020 Cuma

- 16-31 Aralık 2019 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 16-31 Aralık 2019 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

15 Ocak 2020 Çarşamba

- Aralık 2019 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

20 Ocak 2020 Pazartesi

- Aralık 2019 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Ocak 2020 Cuma

- 1-15 Ocak 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi

27 Ocak 2020 Pazartesi

- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Ocak 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)

31 Ocak 2020 Cuma

- Motorlu Taşıtlar Vergisi 1. Taksit Ödemesi
- Yıllık Harçların Ödemesi
- 2019 Yılında Kullanılan Defterlerin 2020 Yılında da Kullanılmak İstenmesi Halinde Yasal Defterlere İlişkin Ara Tasdik
- Aralık 2019 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Aralık 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- 6736 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 18. Taksit Ödemesi
- 7020 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 16. Taksit Ödemesi
- 7143 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 9. Taksit Ödemesi
- Aralık 2019 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Ödemesi
- Ekim-Kasım-Aralık 2019 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Ödemesi

Ekonomist 48 SAYI FİYATINA 52 SAYI 408₺



ADRESİNİZE ÜCRETSİZ TESLİM!

KREDİ KARTINA 3 TAKSİT İMKANI

Taksit yapılan kredi kartları: Bonus, Maximum, World, Axess



DOĞAN BURDA DERGİ

www.dbabone.com / abone@doganburda.com

0212 478 03 00

Garanti BBVA Partners'la rüzgâr girişimciden yana!

garantibbvapartners.com

