

TEKNOLOJİ GİRİŞİMCİLERİ İÇİN 2020 FUAR TAKVİMİ

KOBİ

Garanti BBVA
Geleceğin fırsatları sizinle

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

ŞUBAT 2020

- Kamu kurumlarının hibe ve destek programları
- Desteklerden faydalanmak için gereken koşullar
- 2020 ihracatını etkileyecek faktörler

İHRACATÇI KOBİ'LERE 17 DESTEK

"MÜŞTERİLERİMİZİN YÜZDE 80'İ YURTDIŞINDAN OLACAK"

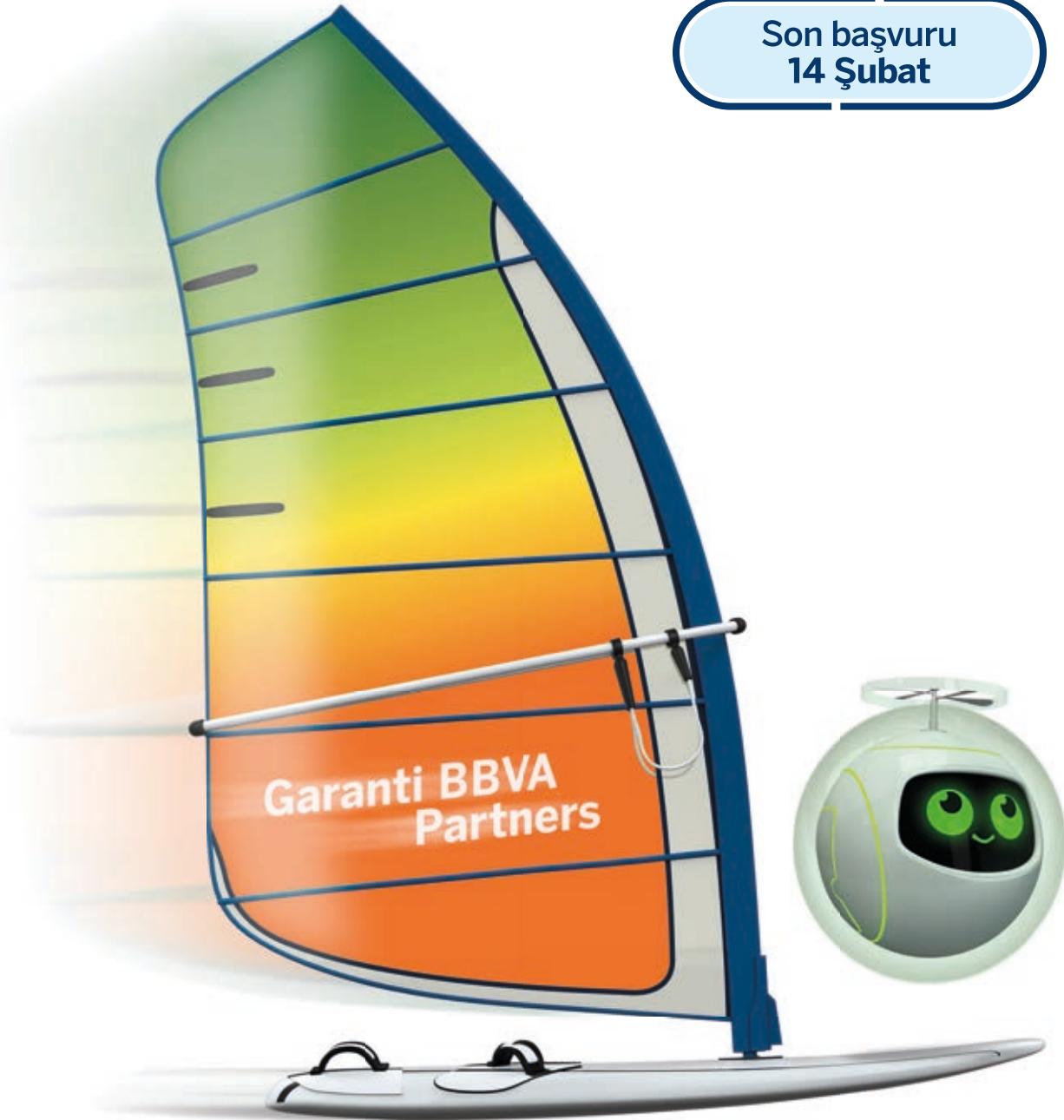
ŞİRKETLER NEDEN BAĞIMSIZ DENETİM YAPTIRMALI?

GELİŞTİRDİĞİ ROBOTU 6 KİTAYA İHRAÇ EDECEK

Garanti BBVA Partners'la rüzgâr girişimciden yana!

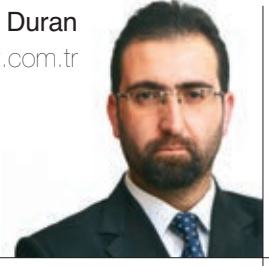
Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı'na
garantibbvapartners.com'dan başvurun, girişiminizi
Garanti BBVA desteğiyle ileri taşıyın.

Son başvuru
14 Şubat





Aram Ekin Duran
eduran@ekonomist.com.tr



Ihracatta hibe ve destekleri hafife almayın

Türkiye ekonomisinde son aylarda başlayan ithalat artışı, ihracata da olumlu yansıyor. Artış yüzdeleri istenen seviyede olmasa da, 2019'da ilk kez 180 milyar doları aşan ihracat 2020'ye de iyi başladı. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ocak ayı geçici dış ticaret verilerine göre, 2020 yılının ilk ayında ihracat yüzde 6,1 artışla 14 milyar 765 milyon dolar oldu. Aynı dönemde ihracatın ithalatı karşılama oranı da yüzde 76,8 olarak gerçekleşti. Ekonomi yönetimi 2020'de yüzde 5 büyüme hedefi koyarken, bunun gerçekleşmesi için ihracatın artması kritik önemde olacak.

2019'da dünyada en fazla ihracat yapan 50 ülkenin ihracatı yüzde 2,6 azalırken, Türkiye aynı dönemde ihracatını yüzde 2 artırdı. Türkiye 2017'yi yüzde 10,1, 2018'i yüzde 7 ve 2019'u yüzde 2'lik ihracat artışlarıyla kapattı ve 2019 sonunda ihracatta 180 milyar dolar sınırını aştı. 2019 yılında ihracatçı şirket sayısı 90 bin 617'ye ulaşarak, ilk kez ithalatçı şirket sayısını geçmiş oldu. Geçen yıl 23 sektörde 1 milyar doların üzerinde ihracat yapmayı başaran Türkiye'nin 2020 hedefi ise toplam ihracatta 190 milyar dolara ulaşmak. Türkiye hala gelişmekte olan ülkeler içerisinde en yüksek enflasyon ve risk primine (CDS) sahip olsa da, faizlerin tek haneye doğru yaklaşması ile 2020'de hem yatırım hem de tüketim ortamının canlanacağına dair umutlar artmış durumda.

2019'da ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşları ve sürüncemede kalan

Brexit süreci gibi etkenler dünya ticaretini olumsuz etkilemişti. 2020'de ise Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki çatışmalar, ABD-İran gerilimi ve Koronavirüs tehlikesi, ekonomi ve iş dünyasının yakından takip edeceği başlıklar olacak. Bunlarla birlikte dünyadaki korumacılık duvarlarının 2009 yılından beri yükselişe geçmiş olması da, 2020'de ihracatın rotasını önemli ölçüde belirleyecek olan bir diğer kritik etken. Özellikle yaklaşık 45 milyar dolarlık ihracat yapan demir-çelik ve otomotiv sektörleri açısından korumacılık duvarları büyük bir engel teşkil ediyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, ABD'nin Çin'e uyguladığı ilave gümrük vergisi kapsamının 370 milyar dolar, Çin'in ABD'ye uyguladığı gümrük vergisi kapsamındaki ürünlerin 110 milyar dolar ve Brexit'in Avrupa Birliği ihracatına olumsuz etkisinin 35 milyar dolar olması bekleniyor.

Bu noktada, ihracatçı KOBİ'lerin kamu kurumlarının verdiği hibe ve desteklerden haberdar olması ve faydalanması kritik önemde. Geçen ayki sayımızda 2020'nin en cazip 10 ihracat pazarındaki fırsatları kapağımıza taşıdıktan sonra, Şubat ayı sayımızda ise bu pazarlarda nitelikli birer oyuncu olmak için KOBİ'lerin yararlanabileceği destekleri kapağımıza taşıdık. Faydalı olması dileğiyle...

İyi okumalar.

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



YAYINCISI
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 Balıboz
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



Ekonomi yönetimi 2020'de yüzde 5 büyüme hedefi koyarken, bunun gerçekleşmesi için ihracatın artması kritik önemde. 2020 için hedeflenen 190 milyar dolarlık ihracat için ihracatçı KOBİ'lerin mevcut desteklerden haberdar olması ve bunlardan faydalanması avantaj yaratacak.



Türkiye'de fast food pazarının yüzde 60'ını 'geleneksel fast food' diyebileceğimiz döner oluşturuyor. Döner pazarının yüzde 70'inin ise tavuk dönerden oluştuğunu dile getiren Paşa Döner İcra Kurulu Başkanı Adem Çalışkan, "Türkiye'de sektör lideriyiz. İkisi konsept 160'1 franchise olmak üzere toplam 162 şubemizle hizmet veriyoruz. 2020'de yüzde 25 büyümeyle 200 şubeye ulaşacağız" diyor.



5 yılda 27 şubeye ulaşan Emsal Doğan Güzellik Merkezleri bu yıl da 4 kendisi, 2 franchise olmak üzere 6 yeni şube açacak. Bu yıl 200 bin kadın güzelleştirmeyi hedefleyen şirkete üç ayrı yabancı fondan ilgi var. Şirketin kurucusu Emsal Doğan, "Ortaklığa sıcak bakıyoruz. Teklifleri değerlendiriyoruz" diyor.

5 Biz Bizze, Anadolu'ya açılıyor

6 KOBİ GÜNDEMİ

8 **KAPAK KONUSU**

■ KOBİ'ler için ihracat destekleri

12 **Garanti Partners:** "Müşterilerimizin yüzde 80'i yurtdışından olacak"

14 Altın takıyı ulaşılabilir kıldı

16 Çocuklara özel marka yarattı

17 30 ülkeye ihracat hedefliyor

18 "2020'de 200 şubeye çıkacağız"

20 Cinsiyet eşitliğini yaygınlaştıracak

22 "Müşterilerimizi e-ihracatla yurtdışına taşıyacağız"

24 Bu yıl yüzde 50 büyüme hedefi koydu

25 Girişim dünyasına kitlesel fonlama

26 Spor giyime giriş yaptı, 300 binlik hedef koydu

27 Yabancı fonlarla Avrupa'ya açılacak

28 Geliştirdiği robotu 6 kıtaya ihraç edecek

30 **Cem Ener:** Teknoloji Girişimcileri İçin 2020 Fuar ve Etkinlik Takvimi

32 **Volkan Demir:** Şirketler neden bağımsız denetim yaptırmalı?

34 **Işıl Keskin:** İletişim ve Etkileşimde Aristo'dan Günümüze-I

36 Yurtdışı Mal Talepleri

40 Fuar Takvimi



Online ve mekanda çeviri hizmeti sunan dijital bir platform olan Parrotize App, teknolojiyle çeviri hizmetini birleştiren yeni nesil girişimlerden biri olarak öne çıkıyor. Şirketin kurucusu Pia Pınar Bozgel, Parrotize markasının bütün süreçleriyle Garanti BBVA Partners'ta doğduğunu söylüyor.



Dr. Aylin Löle, Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğini yaygınlaştırmak için 'Awen for Us' adlı bir sosyal girişim kurdu. Girişimle başta kurumsal şirketler ve kamu olmak üzere temel toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri verilip tasarımı ürünleri ile de verilen mesajların günlük hayatta görünür olması hedefleniyor.



2019'da cirosunu yüzde 50'den fazla artıran IdeaSoft'un CEO'su Seyhun Özkara, e-ticaret altyapı sağlayıcıları içinde yüzde 48 pazar payına ulaştıklarını kaydediyor. Özkara, "Yeni ürünlerimizle kullanıcılarımızın ve yeni müşterilerimizin e-ticarette daha başarılı olmalarını sağlayacak, onları e-ihracatla yurtdışına taşıyacağız" diyor.

Biz Bizze Anadolu'ya açılıyor

Kadınları istihdam ve girişimcilik alanında desteklemek amacıyla kurulan BizBizze Kadınlar İçin Fikir ve Destek Derneği, 2020'de Anadolu'ya açılmaya hazırlanıyor. Koçluk, mentorluk, danışmanlık, eğitim desteği içeren kapsamlı programlar düzenleyen dernek, İstanbul'da düzenlediği girişimcilik eğitimlerini artık potansiyeli olan Anadolu kentlerine de taşıyacak.

“Birlikte. Daha Güçlü” sloganıyla kadınları sosyal ve ekonomik yaşamda desteklemek üzere, J.P. Morgan Vakfı'nın finansal katkısıyla sosyal bir girişim olarak yola çıkan ve 2017 yılında dernekleşen BizBizze Kadınlar İçin Fikir ve Destek Derneği, 2020'de Anadolu'ya açılmaya hazırlanıyor.

Koçluk, mentorluk, danışmanlık, eğitim desteği içeren kapsamlı programlar düzenleyen dernek, İstanbul'da düzenlediği girişimcilik eğitimleriyle şuana kadar 600'ün üzerinde kadına dokundu. İstanbul merkezli faaliyet gösteren derneğe Anadolu'nun birçok kentindeki girişimci kadınlardan da talep gelmeye başladı. Sosyal bir girişim olarak 2016 yılında çalışmalarına başlayan ve kadınların iş hayatında güçlenmesine eğitim çalışmalarıyla destek veren BizBizze Kadınlar İçin Fikir ve Destek Derneği Başkanı ve Girişimcilik eğitmeni Özden Anık Tekir, “Üç yıldır yaptığımız çalışmalarını artık İstanbul'dan Anadolu'ya taşımak istiyoruz. İlk etapta Bur-



ÖZDEN ANIK TEKİR

sa, Ankara, İzmir ve Gaziantep'ten gelen yoğun talepleri karşılamak istiyoruz. Sonrasında diğer illere de yayılacağız” diyor.

Önce potansiyele bakılacak

İstanbul dışındaki şehirlerde de daha fazla kadın girişimciye ulaşmak hedefiyle çalışmalarını sürdüren dernek, Anadolu'daki po-

Koçluğa yoğunlaşacak

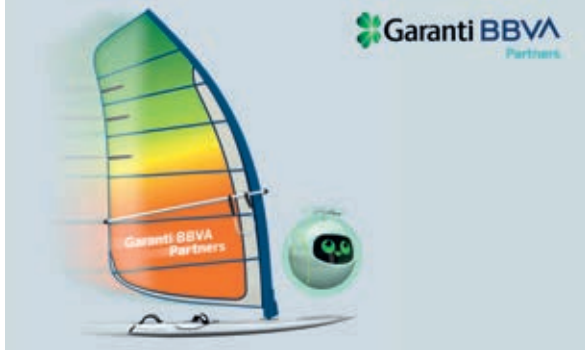
Son iki yılda 354 kadına verilen girişimcilik eğitimlerinin yanı sıra işini geliştirmek isteyen KOBİ'lere ve işe ara vermiş olan kadınlara geçiş eğitimleri veren dernek, 2019 yılında eğitim programlarını daha da olgunlaştırdı. BizBizze çatısı altında, kadın girişimcilere mentor desteği vermek isteyen 110 gönüllü mentor adayı ile temas edildi. Bunlar içerisinde deneyim ve bilgisi adayların ihtiyacı ile eşleşen mentorlarla programa başlarken diğer gönüllü adaylarla da iletişim sürdürülmeye devam edildi. Dernek, yeni dönemde süren girişimcilik programlarının koçluk ve mentorluk bacaklarına yoğunlaşmayı hedefliyor.

tansiyeli görmek için öncelikle girişimcilik eğitimleri açarak ilerleyecek. BizBizze Kadınlar İçin Fikir ve Destek Derneği Başkanı Özden Anık Tekir, süren çalışmalarında derinleşmenin yanı sıra dernek tarafından oluşturulan bütünlüklü ve çok kapsamlı girişimcilik programını Anadolu'nun farklı şehirlerine götürmek üzere temaslarda bulduklarını söylüyor. Buldukları kentlerde belediyeler, TOBB Girişimciler Kurulu ve bölge ekonomisinin önde gelen isim-

leriyle iş birliği yaptıklarını aktaran Tekir şu sözlerle devam ediyor:

“Amacımız sadece İstanbul'da değil, Türkiye'nin tamamında kadın girişimciliğini güçlendirmek. Öte yandan kadınların çalışma hayatına katılımını destekleyecek İşe 5 Adım Programından da elbette vazgeçmedik. Kadın istihdamındaki artışın kalkınma ve refahı arttırdığına olan inancımızla bu progra-

ma da güçlendirecek çalışmalar içindeyiz. 2-3 günlük girişimcilik eğitim programları tasarlıyoruz. İşbirliklerimizi geliştirmek ve güçlendirmek üzere çalışmalarımızı devam ediyor. Programımızı güncelleyerek 2020'de kadın girişimcilere ve kurumsal hayatta yer almak isteyen kadınlara destek olmaya devam edeceğiz.”

KOBİ GÜNDEMİ**Garanti BBVA Partners, yeni girişimcileri bekliyor**

■ Uzun yıllardır yürüttüğü ve stratejik olarak önceliklendirdiği girişimcilik çalışmaları ile girişimcileri destekleyen Garanti BBVA tarafından hayata geçirilen Garanti BBVA Partners'in yeni dönem başvuruları başlıyor. Girişimcilik eko sistemine olan katkısı ile fark yaratan Garanti BBVA Partners'a başvurular 14 Ocak - 14 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilebilecek. Girişimlerin ihtiyaç duyduğu ofis, mentorluk, eğitim desteğinin de verildiği Garanti BBVA Partners Hızlandırma Programı'nın 2020 yılı başvuruları 14 Ocak tarihinden itibaren <https://www.garantibbvapartners.com/> adresi üzerinden yapılabilecek. Programa, asgari uygulanabilir ürün ve hizmete sahip, üç yıldan kısa süredir faaliyet gösteren ve ölçeklenebilir iş modeline sahip tüm girişimler başvuruda bulunabilecek. Başvurular sonrasında jüri seçim sürecinden başarıyla geçen girişimciler, programın sunduğu desteklerden yararlanabilecekler.

PILOT'tan girişimcilere fırsat

■ Türk Telekom'un teknoloji girişimlerini desteklemek ve onlarla iş birliği yaparak müşterilerine yenilikçi ürün, hizmetler sunmak aynı zamanda yerli ve milli girişimlere destek olmak amacıyla hayata geçirdiği PILOT'ta 8. dönem başvuruları açıldı. Başvurular www.turktelekompilot.com.tr web sitesinden yapılabilecek. PILOT'un yeni döneminde programa kabul edilen her girişime 150 bin TL nakit desteği sağlanırken girişimler Türk Telekom ile iş birliği yapma imkânı yakalayacak. Ayrıca, girişimlere geniş mentor ağına, büyük yatırımcılara ve Türk Telekom'un iş bağlantılarına erişim olanağı sağlanmasının yanı sıra; ofis alanı, teknoloji alt yapısı, mobil iletişim paketi, tanıtım ve şehir dışından programa katılan ekiplerle konaklama desteği sunulacak. PILOT kapsamında odaklanılacak alanlar ise, eğitim ve sağlık teknolojileri, yapay zekâ, makine öğrenmesi, sanal/artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, büyük veri analitiği, blockchain, finansal ve regülasyon teknolojileri ve siber güvenlik olarak belirlendi.

**İTÜNOVA TTO'da bayram değişimi**

■ İstanbul Teknik Üniversitesi'nin teknoloji transfer ara yüzü olarak hizmet vermek amacıyla Ocak 2014 yılında kurulan İTÜNOVA Teknoloji Transfer Ofisi'nde (TTO) Ekrem Özcan, Genel Müdürlük görevini Dr. Ercan Çitil'den devraldı. İTÜNOVA TTO bugüne kadar 572 akademisyenle gerçekleştirdiği 720 projede toplamda 215 Milyon TL'lik proje hacmine ulaşarak Ar-Ge ve inovasyonun merkezinde yer almayı başardı. İTÜNOVA TTO'daki yeni süreçle ilgili görevi devralan Özcan şunları söyledi: "Devraldığımız bayrakla 2020'ye hedef büyüterek girdik. Toplam hacmimizi 1 milyar TL'nin üzerine çıkartmayı hedefliyoruz. Yeni dönemde teknoloji transferinde sanayi ile akademisyenlerin katma değer üretme noktasında daha fazla aktif rol alacağız."

'TÜRSAB Rota' faaliyete geçti

■ Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) iç turizm pazarını hareketlendirmek amacıyla üye acentalarını dijital bir çatı altında toplayarak, onlara yeni bir pazar imkânı sunduğu TÜRSAB Rota projesi hayata geçti. Tek tuşla Türkiye genelinde binlerce acentanın hazırlamış olduğu günlük ve paket turlara ulaşmanın yanı sıra ticaretini de sağlayan platform, 3 Şubat tarihi itibarıyla açıldı. Proje kapsamında, TÜRSAB üyesi acentalar Türkiye'nin her bölgesinden birbirinden farklı binlerce tur paketini platform üzerinden paylaşabilecek ve diğer

acentaların müşterilere sunmasına imkan verecek. Özellikle bölgesel kıymetleri ön plana çıkarmaya büyük katkı sağlayacak proje, seyahatseverlere TÜRSAB güvencesiyle güvenilir, uygun ve çok farklı tur paketleri sunulmasına da imkan sağlayacak.





Girişimci şirketlerde en yüksek maaş yazılımcıya

■ Girişimci şirketlerin çalışanlarına sunduğu ücret ve yan haklarla ilgili Türkiye'nin ilk araştırması Endeavor Türkiye ve Talentmelo'nun işbirliğiyle gerçekleştirildi. Araştırmada en yüksek maaş alan çalışan grubu, cinsiyetlere göre oluşan farklar ve maaş artış oranları gibi konular dikkat çekiyor. Araştırmaya, farklı ölçeklerde 19 girişimci şirket katılarak 1.000'den fazla çalışan için veri sağlandı. Araştırmanın sonuçlarına göre aynı deneyimlere sahip roller arasında en yüksek maaşı alan pozisyonlar sırasıyla Yazılım, Müşteri Başarısı (Customer Success) ve Satış alanlarında yer alıyor. 2019 yılı ücret verilerine göre, medyanda, yeni mezun yazılımcı aylık net maaşları 3600 TL ile 5250 TL arasında değişiyor. Ücret artışı planları yüzde 15 ile yüzde 17 arasında değişiyor.

KOBİ'lere siber güvenlik uyarısı



■ Siber saldırıların, genellikle daha fazla veriye sahip olan ve dolayısıyla daha fazla kazanç anlamına gelen büyük şirketlere yönelik yapıldığı düşünülse de yeni bir araştırmaya göre KOBİ'lere yönelik saldırılarda son 3 yılda ciddi bir artış gözlemlendi. Kendilerini savunmak için büyük şirketlere göre daha az kaynağa sahip olmalarının KOBİ'leri hedef tahtasına oturttuğunu belirten Bitdefender Türkiye Genel Müdürü Barbaros Akkoyunlu, uygun bütçeli güvenlik çözümleri ve siber güvenlik eğitimleriyle bu eksikliğin giderilebileceğini belirtiyor. Akkoyunlu, KOBİ'ler için tasarlanmış uygun bütçeli güvenlik ürünlerinin kullanılması ve çalışanlara siber güvenlik eğitimleri verilmesi gerektiğini belirtiyor.

İşini büyütmek isteyenlere danışmanlık

■ Sistem Global Danışmanlık, işini kurmak ve büyütmek isteyenler için iş ortakları ile birlikte Dijital Danışmanlık Platformu "eDanışman"ın 1. fazını hayata geçirdi. eDanışman, dijital dönüşümü hızlandıracak ve ölçek atlamak isteyen şirketlerin rehberi olacak. Kullanıcı deneyiminin önemsendiği ve yenilikçi teknolojilerle geliştirilen platform eDanışman, girişimcilerin ve farklı ölçekteki şirketlerin sağlıklı ve sürdürülebilir büyüme için danışmanlık ve dijital alt yapı ihtiyaçlarını tek bir bulut altında topluyor ve müşterilerinin ihtiyaçlarına çözüm odaklı bütünleşik hizmet deneyimi sunuyor. Sistem Global Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Karşoğlu, Sistem Global ve iş ortaklarının katkıları ile dijital dünyada büyük bir atılım yaptıklarını söylüyor.



Kodlama girişimi Twin 200 bin çocuğa ulaştı

■ Çocuklar için yerli robotik ve kodlama girişimi olan Twin, 2019 yılında 200 bin çocuğa ulaştı. Çocuklara robotik, kodlama ve sanatın eğlenceli dünyasına giriş yapma imkanı sağlayan Twin, LEGO ile uyumlu, miknatısla birleşen elektronik modüller geliştiriyor. 2020 yılına ise 4 farklı ülkede 20 satış kanalı ile giriş yapan şirket, Avrupa bölgesinde Amazon, ABD'de b8ta, Dubai'de ise Sharaf DG gibi yeni nesil perakende mağazaları satış kanalları arasına ekledi. Twin girişiminin temel amacı ise 3 sene içinde 2 milyon çocuğa robotik teknolojileri ve bilimi sevdirmek. Twin ekibi geçtiğimiz ay çocukların bilimsel içerikleri, oyunlarla ve deneylerle keşfetmeleri için tasarladıkları ücretsiz mobil uygulama Twing'i de faaliyete geçirdi. Twing uygulaması çocuklara bilimsel deneylerini paylaşabilecekleri ve birlikte öğrenebilecekleri bir dijital sınıf ortamı ve topluluk sunuyor.

KAPAK KONUSU

Aram Ekin Duran / eduran@ekonomist.com.tr

İHRAÇATÇI KOBİ'LERE 17 DESTEK

08 KOBİ GİRİŞİM ŞUBAT 2020

Dünya genelinde 214 ülke ve bölgeye ürün satan Türkiye'de 2019 yılında ihracatçı şirket sayısı 90 bin 617'ye ulaştı ve ilk kez ithalatçı şirket sayısını geçti. Ekonomi yönetimi 2020'de yüzde 5 büyüme hedefi koyarken, bunun gerçekleşmesi için ihracatın artması kritik önemde olacak. 2020 için hedeflenen 190 milyar dolarlık ihracat için ihracatçı KOBİ'lerin mevcut desteklerden haberdar olması ve bunlardan faydalanması da büyük önem taşıyor. KOBİ Girişim olarak 2020'de Ticaret Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından verilecek ihracat desteklerini derledik.

Türkiye ekonomisinde son aylarda başlayan ithalat artışı, ihracata da olumlu yansıyor. 2019'da ilk kez 180 milyar doları aşan ihracat, 2020'ye de iyi başladı. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ocak ayı geçici dış ticaret verilerine göre, 2020 yılının ilk ayında ihracat Genel Ticaret Sistemi'ne (GTS) göre yüzde 6,1 artışla 14 milyar 765 milyon dolar oldu. Aynı dönemde ihracatın ithalatı karşılama oranı da yüzde 76,8 olarak gerçekleşti. Dünya genelinde 214 ülke ve bölgeye ürün satan Türkiye'de ilk kez 2019 yılında ihracatçı şirket sa-

yısı 90 bin 617'ye ulaşarak, ithalatçı şirket sayısını geçmiş oldu. Ayrıca geçen yıl ilk kez 23 sektörde 1 milyar doların üzerinde ihracat yapıldı.

HEDEF 190 MİLYAR DOLAR

Türkiye ekonomisinin can damarı KOBİ'lerin küresel rekabetçilik güçlerini artırmasını sağlamak ve dijitalleşme süreçlerine destek olmak, 2020'de de Türkiye ekonomisinin en önemli gündem maddelerinden biri olacak. Ekonomi yönetimi 2020'de yüzde 5

büyüme hedefi koyarken, bunun gerçekleşmesi için ihracatın artması kritik önemde olacak. 2020 için hedeflenen 190 milyar dolarlık ihracat için ihracatçı KOBİ'lerin mevcut desteklerden haberdar olması ve bunlardan faydalanması da büyük önem taşıyor. Biz de bu ihtiyaçtan hareketle, Ticaret Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından 2020 yılında verilecek ihracat desteklerini derledik.

KOSGEB DESTEKLERİ

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından uygulanan "Yurtdışı Pazar Destek Programı" kapsamında 2020 yılında uygulanacak bazı destekler hakkındaki bilgileri özetliyoruz:

1 Personel giderleri, tanıtım giderleri, reklam desteği, hizmet alım ve danışmanlık giderleri yüzde 70 oranında hibe olarak desteklenecek.

2 Destek üst limiti 300 bin TL'dir. Bu miktarın yüzde 70'i olan 210 bin TL geri ödemesiz hibe desteği olup kalan yüzde 30'luk kısım geri ödemeli destek olarak belirlendi.

3 Proje dahilinde personel, yazılım, tanıtım (dijital pazarlama ve reklam dahildir), danışmanlık, hizmet alım, fuar katılım ve belgelendirme gibi giderler destekleniyor.

4 Dijital pazarlama için giderler 20 bin TL'ye kadar, toplam tanıtım giderleri ise (katalog basımı, fuar dahil olmak üzere) 100 bin TL'ye kadar destekleniyor.

5 KOSGEB'e kayıtlı her işletme bu desteklere başvuru yapabilir. İşletmeler sadece 1 kez bu programdan faydalanabilir. Bu nedenle destek tutarını olabildiğince maksimumda kullanmak ve proje süresini 12 ay veya daha uzun belirlemek bu açıdan önemli.

Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği

1 Şirketlerin yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler yüzde 70 oranında ve yurt dışı pazar araştırması gezisi başına en fazla 5 bin dolara kadar destekleniyor. Her takvim yılı içerisinde şirket başına en fazla 10 yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenebiliyor. Yurt dışı pazar araştırması gezisinin en az 2, yol hariç en fazla 10 günlük kısmı destekleniyor. Bir takvim yılı içerisinde aynı ülkeye yönelik en fazla 2 yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenirken, bir yurt dışı pazar araştırması gezisi tek bir ülkede yapılabileceği gibi en fazla üç ülkede de yapılabilir. İstanbul'da faaliyet gösteren firmaların ilgili Genelgede belirtilen belgelerle birlikte, şirket çalışanın Türkiye'ye giriş tarihinden itibaren en geç üç ay içerisinde Ticaret Bakanlığı Marmara Bölge Müdürlüğü'ne başvurmaları gerekiyor.

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı Bölge Müdürlüğü

Raporlama Destekleri

2 Şirketler ile işbirliği kuruluşlarının yurt dışına yönelik pazara giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla satın alınan sektör, ülke, yurt dışında yerleşik şirket veya marka odaklı rapor giderleri ile yurt dışında yerleşik şirket alımlarına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler, şirketler için yüzde 60, işbirliği kuruluşları için yüzde 75 oranında ve yıllık en fazla 200 bin dolara kadar destekleniyor. Satın alınan raporların ödeme belgesi tarihi itibarıyla en fazla 2 yıllık olması gerekiyor. Satın alınan raporlar ile danışmanlık hizmetlerine

KAPAK KONUSU

ilişkin giderlerin desteklenebilmesi için Bakanlıktan ön onay alınması şartı bulunuyor.

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü

Danışmanlık Destekleri

3 İleri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak yurt dışında yerleşik şirketlerin alımına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler şirketler için yüzde 75 oranında ve yıllık 500 bin dolara kadar destekleniyor. İleri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak yurt dışında yerleşik şirketlerin alımında kullanılan kredi faiz giderlerinin Türk Lirası cinsi kredilerde 5 puanı, döviz kredileri ve dövize endeksli kredilerde 2 puanı olmak üzere toplam 3 milyon dolara kadar destek almak mümkün. Yurt dışında yerleşik şirkete ait ve kriterleri Genelge ile belirtilen markanın alımında kullanılan kredi faiz giderlerinin ise Türk Lirası cinsi kredilerde 5 puanı, döviz kredileri ve dövize endeksli kredilerde 2 puanı toplam 2 milyon dolara kadar destekleniyor.

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü

Alım Heyeti Programları Desteği

4 Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda işbirliği kuruluşlarınca düzenlenen sektörel ticaret heyeti programlarına ilişkin giderler yüzde 50 oranında ve program başına 100 bin dolara kadar, alım heyeti programlarına ilişkin giderler ise yine yüzde 50 oranında ve program başına 75 bin dolara kadar destekleniyor. Sektörel ticaret heyetlerinin Bakanlıkça belirlenen hedef ve öncelikli ülkelere yönelik olması durumunda destek oranı 10 puan artırılabilir. İşbirliği kuruluşlarınınca düzenlenen sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programları çerçevesinde desteklenenler başlıklar ise şöyle: Ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyon giderleri, tercümanlık giderleri, seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri, fuar katılımına ilişkin giderler, görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmeti giderleri, sergilenecek ürünlerin nakliye giderleri.

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü

E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği

5 E-ticaret sitelerine (Bakanlıkça onaylı) toplu üyelik giderleri İşbirliği Kuruluşları için yüzde 80 oranında destekleniyor. Toplu üyeliklerde başvuruda yer alan her bir şirket için işbirliği kuruluşlarına e-ticaret sitesi başına yıllık en fazla 2 bin dolar tutarında destek veriliyor. İşbirliği kuruluşlarının toplu üyelik desteğinden yararlanabilmesi için başvuruda en az 250 şirketin yer alması gerekiyor. Toplu üyelik başvurularında yer alan şirketlerin aynı site için en fazla 3 yıllık üyeliği desteklenebiliyor. E-ticaret sitelerinde yer alan site içi reklam ve reklam bandı giderleri destek kapsamı dışında. İşbirliği kuruluşlarının, toplu üyeliğe ilişkin destek ödeme başvurularını, Bakanlığın (İhracat Genel Müdürlüğü) proje onayı sonrasında, ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç 6 ay içerisinde İhracat Genel Müdürlüğü'ne yapmaları gerekiyor.

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü



Pazara Giriş Belgeleri Desteği

6 Bir ülke pazarına girişte zorunlu olarak aranan veya pazara girişte avantaj sağlayan belge / sertifika ve / veya test / analiz rapor dekterlerini içeriyor. Pazara Giriş Belgelerine yönelik olarak şirket başına yıllık en fazla 250 bin dolara kadar destek veriliyor. Küresel Tedarik Zinciri (KTZ) Yetkinlik Projesi kapsamında ise 2 yıl süresince yüzde 50 oranında ve toplamda 1 milyon dolara kadar destek alınabilir. Destek başvuruları, başvuru için gerekli belgeler listesinde belirtilen belgelerle birlikte, desteğe konu Pazara Giriş Belgesinin düzenlenme tarihinden itibaren 6 ay içerisinde üyesi olunan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne (İBGS) yapılır.

■ **Nereye başvurulur:** İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

UR-GE Projeleri Desteği

7 UR-GE Projelerinin ilk aşaması olan ihtiyaç analizi faaliyeti kapsamında şirketlerin rekabet güçlerinin ve ihracat kapasitelerinin geliştirilmesini teminen şirket, sektör, pazar analizi, değer tedarik zinciri analizi yapılarak firmaların ihracat potansiyeli belirleniyor. Proje iş planı ve ihracat stratejisi hazırlanarak projenin yol haritası çiziliyor. UR-GE Projeleri kapsamında aşağıda yer alan faaliyetlere ilişkin giderler ile söz konusu faaliyetlerin organizasyonuna ilişkin ilgili Genelgede belirtilen giderlerin, en fazla yüzde 75'i proje bazında 400 bin dolara kadar destekleniyor. İşbirliği kuruluşları tarafından istihdam edilen en fazla 2 uzman personelin istihdam giderlerinin de en fazla yüzde 75'i proje süresince desteklenir. Destek ödemesi başvuruları, Genelgede belirtilen belgelerle birlikte, faaliyet bitiş tarihinden itibaren en geç 3 ay içerisinde Ticaret Bakanlığına / İnceleme Kuruluşuna yapılabilir..

■ **Nereye başvurulur:** Ticaret Bakanlığı

Fuar Katılım Desteği

8 Şirketlerin yurt dışı fuar organizasyonu kapsamında gerçekleştirilen fuar katılımları ve bireysel katılımlar, katılımcının stand alanının metrekare cinsinden büyüklüğü dikkate alınarak destekleniyor. Söz konusu desteğe esas tutar, yurt dışı fuar organizasyonlarında her fuar için ayrı ayrı belirleniyor. Bireysel katılımı desteklenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlarda ise her fuar için ayrı ayrı belirlenebileceği gibi ülke ve / veya sektör bazında da belirlenebilir. Yurt dışı fuarın genel nitelikli olması halinde 50 bin TL, sektörel nitelikli olması halinde 75 bin TL, Bakanlıkça belirlenen prestijli fuarlardan biri olması halinde ise 250 bin TL destek veriliyor. Katılımcı bir takvim yılı içinde en fazla 2 defaya mahsus olmak üzere Bakanlıkça belirlenen fuarlar için prestijli fuar katılımı desteğinden faydalanabilir.

■ **Nereye başvurulur:** İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Tasarım Desteği

9 Tasarımcı şirketlerin yurt dışında tanınmaları ve markalaşmaları amacıyla tanıtım harcamaları yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 300 bin dolar, şirketlerin yurt dışı birimlerinin kurulum / dekorasyon giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 100 bin dolar, brüt kira giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 200 bin dolar, marka tescili ve korunmasına ilişkin giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 50 bin dolar, istihdam edilen tasarımcılar ile modelistlerin brüt maaş giderleri YÜZDE 50 oranında ve yıllık en fazla 150 bin dolar, danışmanlık giderleri ise yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 200 bin dolar tutarında destekleniyor. Destek unsurlarından yararlanmak için; tasarımcı şirketleri ve tasarım ofislerinin Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Genel Sekreterliği'ne (TURQUALITY® Sekretaryası) müracaat etmeleri gerekir. Başvuru formu ve eki belgeler TİM Genel Sekreterliği tarafından Bakanlığa gönderilerek işlem tamamlanır.

■ **Nereye Başvurulur:** TİM Genel Sekreterliği



Yurtdışı Birim Desteği

10 Sınai ve ticari şirketler veya bu şirketlerle aralarında organik bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeleri tarafından yurt dışında açılan birimlerin kira giderleri (reyon olması halinde kira veya komisyon giderleri), her bir birim başına destekleniyor. Türkiye'deki ana şirket doğrudan birim açabileceği gibi yurt dışında faaliyet gösteren şirketi veya şubeleri de birim açabilir. Bu durumda yurt dışındaki şirket ile Türkiye'deki ana şirket arasında organik bir bağın olması gerekiyor.

■ **Nereye Başvurulur:** Ticaret Bakanlığı

Tanıtım Desteği

11 Yurtdışı birimi bulunan şirketlerin, yurt dışında gerçekleştirilen reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri; yüzde 60 oranında ve her bir ülke için yıllık en fazla 150 bin dolara kadar destekleniyor. Yurtdışı birimi bulunmayan ancak yurt içi ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip şirketlerin; reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri, yüzde 60 oranında ve yıllık en fazla 250 bin dolara kadar destekleniyor. Destekleme süresi 4 yıldır. Ayrıca yurtdışı marka tescili konusunda, şirketlerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının, yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri, yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 50 bin dolara kadar desteklenir. İlave olarak sektörel bazda Bakanlık tarafından belirlenen hedef ve öncelikli ülkelere yönelik girişimler olması durumunda destek oranı 10 baz puan yükseltilebilir. Yatırım Teşvik Uygulamasında 4., 5. ve 6. Bölge illerinde merkezi bulunan şirketler tarafından gerçekleştirilmesi durumunda destek oranı 20 baz puana kadar artırılabilir.

■ **Nereye Başvurulur:** İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Markalaşma ve Turquality Desteği

12 Turquality markalarına ilişkin destekler şöyle: Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markalarının yurt dışında tescili, tescilinin yenilenmesi ve korunmasına ilişkin giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 200 bin TL tutarında, Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarda, destek kapsamına alınan markalı ürünleriyle ilgili olarak gerçekleştirdikleri ve Genelgede belirtilen tanıtım harcamaları yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 1 milyon 600 bin TL tutarında, brüt kira, belediye giderleri, anılan birimlerin kiralınmasına yönelik uygun mahal araştırması ve komisyon harcamaları ile hukuki danışmanlık giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 2 milyon 400 bin TL tutarında, kiralanan birimin konsept mimari çalışma ve kurulum / dekorasyon giderleri yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 1 milyon 200 bin TL tutarında, Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarda, destek kapsamına alınan markaları ile ilgili olarak franchising sistemi ile faaliyete geçirecek yıllık en fazla 10 mağazasına ilişkin olarak ise kira giderleri yüzde 50 oranında, mağaza başına en fazla 2 yıl süresince ve mağaza başına yıllık azami 200 bin TL tutarında destek uygulanıyor.

■ **Nereye Başvurulur:** Ticaret Bakanlığı

“İşimizin yüzde 80’i yurtdışından gelecek”

Online ve mekanda çeviri hizmeti sunan dijital bir platform olan Parrotize App, teknolojiyle çeviri hizmetini birleştiren yeni nesil girişimlerden biri olarak öne çıkıyor. Parrotize markasının bütün süreçleriyle Garanti BBVA Partners'ta doğduğunu anlatan şirketin kurucusu Pia Pınar Bozyel, “Geçtiğimiz yıl müşterilerimizin yaklaşık yüzde 35-40’ı Türkiye dışındandı. 2020’de hedefimiz bu rakamı yüzde 80’lere çıkarmak olacak” diyor.

Teknolojik gelişmeler ekonomide ve iş yapış şekillerinde pek çok değişime neden oldu. Dünyanın en eski mesleklerinden tercümanlık da bu süreçten nasibini aldı. Son yıllarda dış pazara açılan şirketlerin sayısının artmasıyla doğan çeviri hizmeti ihtiyacıyla çeviri sektörü de büyümeye başladı. Yeni dönemde teknolojiyle çeviri hizmetini birleştiren yeni nesil girişimler öne çıkıyor. Online ve mekanda çeviri hizmeti sunan dijital bir platform olan Parrotize App da bunlardan biri. Yüzde 100 insan çevirisi mottosuyla rakiplerinden ayrılan Parrotize App’in kurucusu Pia Pınar Bozyel ile girişimcilik macerasını ve yeni dönem hedeflerini konuştuk.

İş dünyasına nasıl adım attınız?

Üniversiteye başladığım ilk yıl girişimcilik hikayem başladı. Yurtdışında okuduğum süreçte biraz para kazanmak için başladığım girişim serüvenim, kısa zamanda karlı bir işe dönüştü. Böylece bu sektöre hızlı bir giriş yapmış oldum. Çeviri ve Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı alanında uzun yıllar hizmet verdim. Bu iş devam ederken e-ticaret alanında ve farklı birkaç sektörde girişimlerim oldu. Tabi ki de her sürecim başarıyla sonuçlanmadı. Başarıyla sonuçlanmayan girişimlerim nedeniyle, ailem üniversiteyi bitirip bir işe girmem gerektiğine inandı ve bu doğrultuda yönlendirmelerde

“İhtiyacımız olan desteği hep bulduk”

*Garanti BBVA Partners programı size neler kattı?

“Garanti BBVA Partners, girişimcilerinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine cevap veren çözümler sunuyor. Parrotize olarak ihtiyacımız olan desteği her zaman bulabildik. Bir girişimin en çok zorlandığı nokta satış tarafıdır. Biz bu konuda çok şanslıydık, çünkü Garanti BBVA Bankası Parrotize’ dan hizmet alarak müşterimiz oldu. Girişimcilerini her konuda destekleyen harika yöneticilerin olduğu bir program. Buradan aldığımız hızlandırma programları, eğitimler, mentorluk desteği ve mekan desteği ile işimizi çok kısa sürede geliştirdik. Türkiye’ de çok büyük etkinliklere hizmet verebildik bu sayede.”

bulundu. Ama girişimcilik serüveninde kazandığım deneyim ve tecrübeler bana süreç boyunca çok şey öğretti. Özel sektörde beyaz yakalı ya da bir devlet memuru olarak çalışmanın benim için çok zor olabileceğini fark ettim. Daha özgür karar alabileceğim bir iş yapmak istiyordum. Bu yüzden önce tamamen Türkiye’ye taşındım ve aynı sektörde hizmet vermeye devam ettim. Deneyimlerimi ve tecrübemi daha genç yaşta insanlarla paylaşmak adına Genç Başarı Eğitim Vakfında mentorluk yapmaya başladım. Girişimciliği temelden ele alıp çok güzel çalışmalar yapıyorlar. Türkiye’nin bir çok bölgesindeki liseli gençlerin projelerini dinlerken Kobi olarak devam etmek istemediğime karar verdim. Yaptığım iş değer yaratmalıydı.

Parrotize fikri nasıl ortaya çıktı?

Çeviri sektöründeki çalışmalarımı daha farklı bir hizmete dönüştürmek için dijital-

leşme süreçlerini araştırmaya başladım. Tam bu dönemde Garanti BBVA Bankasının girişim hızlandırma programı olan “Garanti BBVA Partners” ile tanıştım. Buradaki eğitimlere dışarıdan katılımcı olarak gelip gitmeye başladım. Destek verme konusunda olumlu dönüş sağladılar. Parrotize markası; ismi, logosu, yol haritası dahil bütün süreçleriyle Garanti BBVA Partners’ta doğdu. Parrotize, etkinlik, konferans ve toplantılarda talep edilen simultane çeviri ihtiyacını mobil bir uygulama aracılığıyla karşılayan yerli bir girişim. Etkinliklerin en büyük sorunlarından biri olan simultane çeviriyi dijitalle taşıyarak, daha hızlı ve daha konforlu hale getiriyor. Parrotize sayesinde çevirmenlerin konferans alanında bulunmaları gerekmiyor. Dinleyiciler kendi kulaklıklarıyla birlikte telefonlarına indirecekleri uygulama ile simultane çevirileri dinleyebiliyor. Or-

organizasyon firması için teknik ekip ve ekipman, lojistik, konaklama gibi maliyetler ortadan kalkıyor. Parrotize ile daha az insan gücü kullanılarak daha hızlı ve pratik bir çeviri süreci gerçekleşiyor. Organizasyon firmaları, sadece bir cep telefonu ya da bir bilgisayar kullanarak program akışını anlık olarak hem çevirmene hem de dinleyicilere yayınlayabiliyor. Böylece çevirmen fiziksel olarak alana gelmeden ve organizasyon alanında bir kabin kurulmadan Parrotize App üzerinden ses akışını dinleyerek simultane çeviri yapabiliyor. Katılımcılar da dünyanın her hangi bir yerinden lokasyon bağımsız olarak hem etkinliğin orjinal dilini hem de simültane çeviriyi uzaktan dinleyebiliyorlar.

2020'de büyüme hedefiniz nedir?

Bu yıl için en büyük hedeflerimizden biri global pazarda daha büyük satış çalışmaları yapmak ve müşteri sayımızı arttırmak

olacak. Geçtiğimiz yıl müşterilerimizin yaklaşık yüzde 35-40'ı Türkiye dışındandı. 2020'de hedefimiz bu rakamı yüzde 80'lere çıkarmak olacak. Bunun için ABD'de satış çalışmaları anlamında bir süreç başlattık. Gelişmeler ve geri dönüşler beklediğimiz gibi çok iyi. Parrotize, sektördeki ihtiyacı ve sorunu doğru okuyoruz. Geliştirmeleri ve hizmeti de buna göre yapıyoruz. Yaptığımız çalışmalar bize doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. Büyümemizin de daha hızlı olacağına inanıyoruz.

Yeni dönem hedefleriniz nelerdir?

Sahada yapmış olduğumuz çalışmalardan yola çıkarak üründe bir takım yenilikler yapmayı hedefliyoruz. Müşteri sayımız arttıkça Parrotize App kullanıcılarının ihtiyaçları ve beklentileri de artmaya başladı. Sadece simültane çeviri özelliği ile App Store ve PlayStore da çıkardığımız üründe, bu-

gün artık elde ettiğimiz verilerin kullanılması ve eventlerin farklı ihtiyaçlarının karşılanması konusunda da çalışmalar yapmaya başladık. Verilerin işlenmesi ve kullanılabilmesi bir çok sektör için değer yaratmaktadır. Bu anlamda Parrotize, sektörde öncü çalışmalar sürdürmektedir. Yeni dönemde bu alanlara öncelik vermeyi planlıyoruz.

Hamdi Ulukaya Girişimi'yle (HUG-2019) 4 bin 653 Start-up başvurusu arasından seçilerek New York' a gittik. HUG' ın desteğiyle yeni dönemde ABD'de çalışmalarımız çok daha hızlı ilerliyor. Parrotize olarak Hamdi Ulukaya Girişimi' ne New York't a 2 etkinlikte çeviri hizmeti verdik. Böylece aynı zamanda hizmetimizi de kullanarak müşterimiz olduk. Bir kaç ülkeye hizmet veriyor olsak da Amerika en çok hizmet verdiğimiz ülke. Çalışmalarımızın büyük bir kısmını burada sürdürmekteyiz.



PIA PINAR BOYEL

Altın takıyı ulaşılabilir kıldı

Altın fiyatlarının tavan yapmasıyla birlikte kuyumcu mağazalarının kapısından girmeye çekinilen, ürün denemenin sınırlı olduğu günümüzde altın almak zorlaştı. Yılların kuyumcusu girişimci Aytaç Kamar, Piano Jewellery markasını yaratıp bin TL'nin altında üç bin ürün sunarak altın takıyı ulaşılabilir hale getirdi.

Türk insanı için altın takı vazgeçilmezler arasında yerini alır. Ancak altın fiyatlarının giderek arttığı günümüzde birçok insan kuyumcu vitrinine bakmakla yetiniyor. Kuyumcu mağazalarının kapısından girmeye çekinilen, ürün denemenin sınırlı olduğu günümüzde yılların kuyumcusu girişimci Aytaç Kamar, Piano Jewellery markasını yaratarak altın takıyı ulaşılabilir hale getirdi.

Piano Jewellery'nin master tasarımcısı Aytaç Kamar, kuyumcu vitrinine bakmakla yetinilen, mağazanın kapısından girmeye çekinilen, ürün denemenin sınırlı olduğu kuyumculuk anlayışının Piano Jewellery'nin yeni konsepti ile değişeceğini söylüyor.

Üç kuşaktır kuyumcu olan bir aileden gelen Aytaç Kamar, Roberto Bravo markası ile sektörde yerini alırken bu markayı kardeşine devredip kendi markasını yaratmayı seçmiş.

Alaturka kuyumculuğu bırakıp yeni jenerasyona yönelik fast takı konseptini yarattığını belirten Kamar, gümüşten daha ucuz sloganı ile Nişantaşı'nda mağaza açtıklarını söylüyor.

Antalya, Manisa, İzmir, Aydın, Ankara gibi kentlerde şu anda 35 satış noktasında Piano Jewellery markasının binin üzerinde ürününe ulaşmak mümkün.

Önce iç pazarda büyüyüp daha sonra yurtdışına açılma planları yaptıklarına işaret eden Kamar, "şu anda franchise vermiyoruz ancak Lübnan ve Katar'dan 11 franc-

Adı neden piano?

Piano Jewellery'in ismi seçilirken piyanodan ilham alınmış. Çünkü piyano 12 bine yakın parçadan oluşuyor ve bunların 10 bin tanesi ses çıkarmak için hareket ediyor. Bir tek parçanın yanlış çalışması müziğin bozulması için yeterli. Hiçbir solo çalgı piyanonun gücüne sahip değil. En güzel tarafı ise, bir piyanist, ister tek başına, ister bir orkestra eşliğinde olağanüstü bir müzik gerçekleştirebiliyor. Piyano, 36 siyah ve 52 beyaz renk olmak üzere 88 tuşa sahipken siyahlar hayatın zorluklarını beyazlar güzellik ve mutlulukları temsil ediyor.

hise talebi aldık. Ürünlerimiz yeni jenerasyon tarafından çok beğeniliyor. Nişantaşı mağazamızda satışlarımızın yüzde 50'si Araplara yapılıyor. Onlar da bizi ülkelerinde tanıtıyor" diye konuşuyor.

İnsanların günümüzde birçok üründe olduğu gibi takı konusunda da sürekli yenilik istediğine dikkat çeken Kamar, fast fashion gibi fast takı modasını da başlattıklarını ve günümüz insanının taleplerine karşılık verdiklerini vurguluyor.

Ulaşılabilir olmanın rekabetin giderek arttığı günümüzde kendilerine büyük kolaylık sağladığına da işaret eden Kamar, standart kuyumcunun yüksek kar marjlarıyla günde 3-4 ürün sattığını ancak kendilerinin Piano Jewellery ile daha düşük kar marjıyla günde 50 kişiye ürün satmaya odaklandıklarını söylüyor.

200 noktaya ulaşma planı

Mağaza ve markanın tanıtım çalışmalarına şimdiye kadar yaklaşık 4 milyon do-

larlık yatırım yaptıklarına işaret eden Kamar, bu yıl 200 satış noktasına ulaşmayı hedeflediklerini vurguluyor.

Model zenginliğinden mağaza düzenlemesine, satıştan sunuma ve fiyatlandırılmaya kadar altınla ilgili kalıplaşmış kuralları değiştiren Piano Jewellery'in zıtlıklardan beslendiğine dikkat çekiliyor.

İyi tasarımın, üretim sürecini iyi bilmekten geçtiğini söyleyen Aytaç Kamar, şu bilgileri veriyor:

"Altın takıya mesafeli durma devri bitiyor. Altın takılar kasadan çıkarak sadece özel günlerde takılan bir ziynet eşyası olarak değil, üstümüzde taşıdığımız, kendi tarzımızı yansıtan bir stil unsuruna dönüşüyor. Markamızın her ana uyan güncel modellerdeki altın takıları aşık, karışık, çapraz gibi farklı modlara da muhafazakar, hiperaktif veya takıntılı gibi farklı tarzlara da hitap ediyor.

İstanbul çıkışlı bir Türk markası olan Piano Jewellery'nin modelleri Aytaç Kamar'ın



AYTAÇ KAMAR

uzun yıllara dayanan kuyumculuk birikiminin farklı teknik ve detayları birleştirmedeki ustalığıyla buluşmuş. Laboratuvar sistemiyle çalışan atölyede, rodaj, sıcak, soğuk mine ve deneysel tasarım geliştirme yöntemleri uygulanıyor. Piano Jewellery, 14 ayar altın yüzük, zincir, kolye, küpe, bileklik ve hal hal modellerini herkes için altın anlayışıyla tüketicilere sunuyor.

Kuyumcukent Vizyon Park'ta yer alan atölyelerinde 45 kişinin çalıştığına dikkat çeken Kamar, Made in İstanbul olarak üretim yaptıklarını, tasarım ekiplerinde de yedi kişinin bulunduğunu vurguluyor. Tasarımlarının İtalyan tasarımlarını aratmadığına da işaret eden Kamar, ürünleri tasarlarken büyük titizlikle çalıştıklarını, ulaşılabilir ürün sunmanın yanı sıra bu takıları takanların kendilerini iyi hissetmeleri için de titizlendikle-

rine vurgu yapıyor.

Her hafta 30'un üzerinde yeni model üreten Piano Jewellery, bu özelliği ile de taklit edilmekten korunuyor. Son dönemde kişiye özel horoskop, parmak izi, isim yazma gibi trendlerin de öne çıktığına dikkat çekiliyor. Piano Jewellery, kişilerin taleplerine göre istenilen bir yüzüğü üç gün içinde üretip sahibine teslim edebiliyor.

Taş stoklarının da çeşitlilik bakımından çok zengin olduğunu belirten Kamar, bu durumun onlara çeşitlilik ve farklı ürünler yaratma bakımından esneklik sağladığını da söylüyor.

İnternet sistemi kurdu

Türkiye genelinde internet üzerinden ya da bazı illerdeki bayileri kanalıyla ulaşan Piano Jewellery, mağazalara ve bayilerine in-

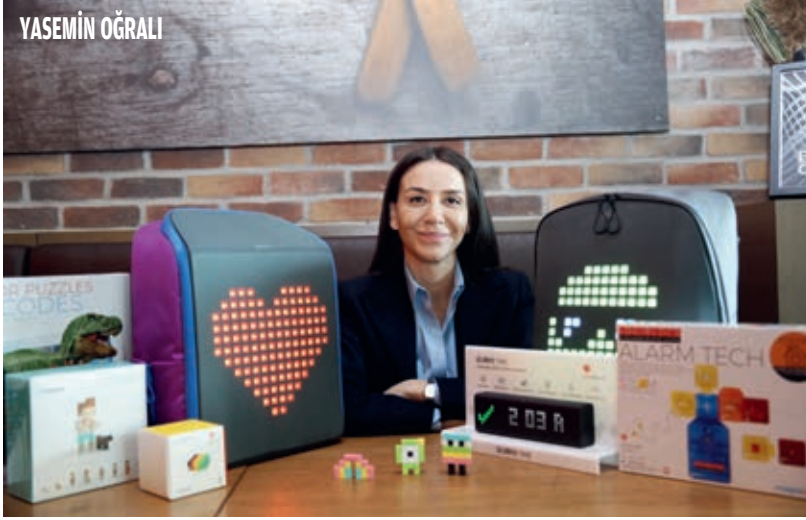
ternet üzerinden kolay sipariş verebilecekleri bir sistem de kurmuş durumda. Bu sistemle Piano Jewellery'in üç bin ürününden seçip sipariş verilebiliyor. Öğlene kadar verilen siparişler de ertesi gün Türkiye'nin her yerine ulaştırılıyor.

Piano Jewellery olarak müşterilerine e-fatura göndererek fatura kaybolma derdini de ortadan kaldırdıklarına dikkat çeken Kamar, sektörde birçok ilke imza attıklarını ve önümüzdeki dönemde yenilikler sunmaya devam edeceklerini de vurguluyor.

Piano Jewellery, elindeki altınları değiştirmek isteyenlere yönelik hizmet de veriyor. Bu amaçla kişilerin getirdikleri ürünleri yüzde 60 bedelle geri alma uygulaması da yaptıklarını belirten Kamar, bunu kendi ürünlerini geri alma şeklinde uyguladıklarına dikkat çekiyor.

Çocuklara özel marka yarattı

İki kardeş Yasemin ve Mehmet Oğralı, çocuk ürünleri pazarındaki potansiyeli görerek Junoo markasını yarattı. Yurtdışından eğlenceli ve teknolojik çocuk oyuncakları getiren girişimciler, 2020 sonuna kadar 10 milyon TL ciroya ulaşmayı hedefliyor.



Bebek bezinden mama sandalyesine, tekstilden mobilyaya kadar pek çok alanı kapsayan bebek ve çocuk ürünleri dev bir ekonomi yaratıyor. Her yıl ortalama 1.3 milyon bebeğin doğduğu Türkiye’de pazar yaklaşık 2 milyar dolara ulaşmış durumda. Türkiye’de çocuk başına aylık harcama miktarı 40-60 dolar iken, yıllık harcama tutarı 480 ila 700 doları buluyor. Haliyle bu pazar potansiyeliyle pek çok girişimcinin ilgisini çekiyor.

İki kardeş Yasemin ve Mehmet Oğralı pazarındaki potansiyeli görerek yatırım yapan iki kardeş... Kendi çocuklarına eğitici ve eğlenceli oyuncak bulmakta zorlanan kardeşler buradaki boşluğu görerek Junoo’yu kurmaya karar veriyor. Junoo çocuklara yönelik eğitici ve teknolojik ürünlerin satıldığı bir internet sitesi.

Yaklaşık sekiz aylık bir araştırma sürecinin ardından Junoo’yu kurduklarını söyleyen Yasemin Oğralı, “Çocukların kişisel gelişimine katkıda bulunacak ürünleri araştırmaya başladık. Tüm dünyadan Türkiye’de olmayan farklı ürünleri getirdik” diyor.

Hedef 100 noktaya ulaşmak

Hali hazırda Junoo’da beş markanın 42 farklı ürünü satılıyor. Şimdilik yurtdışından distribütörlük alan girişimciler, kendi oyunlarını geliştirmeye hazırlanıyor. Patent için çalışmaların sürdüğünü söyleyen Oğralı, kendi oyunlarını üretip dünyaya satmayı hedeflediklerini söylüyor. Ürünler Junoo internet sitesinin yanı sıra Vakkorama, Beymen ve D&R mağazalarında satılıyor. 2020 hedefi 100 noktada ürün-

Akıllı masa saati var

Junoo da yetişkinlere yönelik farklı ürünler de var. Red Dot Design Awards ödüllü LaMetric Time akıllı masa saati de bunlardan biri. Bir Wi-Fi ağına bağlanarak akıllı telefonunuzla masa saatinizi eşleştirebiliyorsunuz. LaMetric Time saati, takvimi, hava durumunu, e-postalarınızı, tweet’leri, haberleri ve işiniz ile eviniz için gerekli olan tüm bilgileri gösteriyor. Akıllı ev aletlerinizden gelen bildirimleri görmenize ve bir tuşla yönetebilmenize olanak sağlıyor. App Store ve Play Market’te bulabileceğiniz uygulaması aracılığıyla yapacağınız ayarlamalar sonucu saatinizi kişiselleştirebiliyorsunuz.

lerin satılmasını sağlamak. 2020 sonuna kadar 10 milyon TL ciro hedefi koyan şirket, yıl sonunda Ortadoğu pazarına açılmayı planlıyor.

Junoo’nun en popüler ürünlerinden biri akıllı sırt çantası Pix. Bu ürünün çok ilgi gördüğünü söyleyen Oğralı, “Bir kickstarter projesi olan akıllı sırt çantası Pix, telefonunuzla senkronize ettiğinizde yazı yazabilir, resim çizebilir, oyun oynayabilir ve kendi tarzınızı yaratabilirsiniz. Uygulamanın içinde bulunan hazır temaları kullanmanıza ve kendi tasarımınızı yaratmanıza olanak sağlar” diyor. Pix akıllı sırt çantası 10.000mAh pil kapasitesine sahip bir powerbank ile yaklaşık yedi saat çalışıyor.

2021'e kadar 30 ülkeye ihracat hedefliyor

Adanır Group, estetik sektöründe cerrahi dışı işlemler arasında oldukça popüler olan mezoterapi işlemi için yerli cihaz geliştirdi. MP&Gun Mezoterapi Tabancası'nın geliştirmesi için 1 milyon Euro'luk yatırım yapan şirket, 2020 sonuna kadar en az 30 ülkeye ürünü ihraç etmeyi hedefliyor.

İstanbul merkezli Adanır Group, estetik medikal ve yenilenebilir enerji alanında faaliyet gösteriyor. Estetik medikal branşında ithalat şirketi olan Mezoklinik Medikal, Mesoestetic, Sinclair gibi 10 dünya markasının Türkiye exclusive distribütörlüğünü yapıyor. Yenilenebilir enerji alanında Sunpark Enerji şirketi aracılığıyla yatırımlar yapıyor. Yaklaşık 20 yıllık medikal sektör tecrübeleri sonucunda kısa bir süre önce Biopark Medikal'i de kurduklarını belirten Adanır Group Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Adanır, "Biopark bünyesinde, estetik-medikal alanında yaptığımız AR-GE çalışmaları

neticesinde yüzde 100 Türk yapımı ilk mezoterapi tabancasını ürettik. MP&Gun Mezoterapi Tabancası'nı piyasaya sunduk. Sadece AR-GE aşamasındaki harcamalarımız 1 milyon Euro'yu aştı. Endüstriyel hale gelmesi için de 500 bin Euro'luk bir yatırım gerçekleştirdik. Bu yıl iç piyasada bin adetlik satış, sonraki yıllarda da yüzde 30 - 40 oranında satış artışı hedefliyoruz. 2025'te dünyada alanında en çok satan cihaz olmayı hedefliyoruz. Ayrıca sektöre yeni bir ürün daha sunacağız" diye anlatıyor.

2020 için 3 milyon Euro ciro hedefleyen şirket, önümüzdeki yıllarda ise yüzde 30 ila 40 arasında ciro artışı hedefliyor.

4.5 yıllık çalışmanın sonucu

Türkiye'de estetik sektörü ağırlıklı olarak ithalata bağlı. Avrupa veya ABD menşeli ürünler pazarda ilgi görüyor. Bu durumdan rahatsız olarak yerli üretime yöndiklerini dile getiren Mustafa Adanır, "Yüksek kalite anlayışıyla en iyisini yapabileceğimize inanarak yola çıktık. Yaklaşık 4,5 yıl süren AR-GE çalışmalarımız neticesinde dünyanın en iyi cihazını yaratmanın gururunu yaşıyoruz. Estetik-medikal sektöründe bir ilki gerçekleştirdik ve mezoterapi tabancasını ürettik. Bu konuda ülkemizde tekiz. Türkiye'nin en iyi AR-GE - mühendislik firmaları, tıp hekimlerimiz ve bizim uzun yıllara dayanan tecrübemizi harmanlayarak cihazı ortaya çıkardık" diye anlatıyor.

Mezoterapiye ilgi çok

Son yıllarda estetik sektöründe cerrahi dışı işlemlere ilgi artıyor. Bu işlemlerden en çok dikkat çekenlerden biri de mezoterapi. Mezoterapi çeşitli vitaminlerin, minerallerin cilde enjekte edilmesi yöntemi olarak tanımlanıyor. Uygulama, özel iğneler yardımıyla cildin mezoderm tabakasına yapılıyor. Bu ilgi nedeniyle mezoterapi tabancası üretimine yöndiklerini ifade eden Mustafa Adanır, şunları anlatıyor: "Cihazı dünyadaki rakipleriyle kıyaslayacak ve fark yaratan özelliklerini de değerlendirecek olursak üç belirgin unsur ön plana çıkıyor. Bunlardan ilki, enjeksiyon hızı dakikada bin 500. Fransız cihazı dakikada 220 atış yapabiliyor. Ayrıca enjeksiyon esnasında sıfır ürün kaybı söz konusu. Pen ve Gunmodunda tek cihazda birleştirmiş durumdayız."

MUSTAFA ADANIR

30 ülkeye ihracat

Cihaz, 2019 yılının başında cihazı tamamlandı. Ancak piyasaya sürmeden önce dünyanın en büyük kongreleri olan Paris IMCAS ve Monaco AMWC Kongrelerinde görücüye çıktı. İngiliz, Kanadalı, ABD'li ve Türk hekimler başta olmak üzere tüm dünya çapındaki estetik hekimlerden olumlu geri dönüşler aldıklarını dile getiren Mustafa Adanır, "Bu heyecanla Türkiye özelinde otorite sayılan yaklaşık 50 hekimimizle 2019 sonuna kadar klinik uygulamalarını da deneyimledik ve dünya pazarına hazır olduğumuza karar verdik. Başta İngiltere olmak üzere Almanya, Ukrayna, Kanada, Azerbaycan ve İran'da



“2020’de 200 şubeye çıkacağız”

Türkiye’de fast food pazarının yüzde 60’ını ‘geleneksel fast food’ diyebileceğimiz döner oluşturuyor. Döner pazarının yüzde 70’inin ise tavuk dönerden oluştuğunu dile getiren Paşa Döner İcra Kurulu Başkanı Adem Çalışkan, “Türkiye’de sektör lideriyiz. İki konsept 160’i franchise olmak üzere toplam 162 şubemizle hizmet veriyoruz. 2020’de yüzde 25 büyümeyle 200 şubeye ulaşacağız” diyor.

Türkiye toplumu günlük hayatın koşturmacısı içinde beslenme konusunda her geçen yıl daha pratik çözümler arıyor ve fast food gıdalara yöneliyor. Pizza ve hamburger gibi fast food ürünlerine rağmen Türkiye’de fast food pazarının yüzde 60’ını ‘geleneksel fast food’ diyebileceğimiz döner oluşturuyor. Döner sektörünün ise yüzde 70’i tavuk döner, yüzde 30’u et döner olarak ayrılıyor. Döner sektörünün en büyük problemi ise merdivenaltı üretim. Öyle ki toplam pazarın yüzde 70’inin merdivenaltı üretim yaptığı tahmin ediliyor. Sektörde markalaşmış az sayıda firma ise, döner pazarındaki bu sorunu kaliteli ve ucuz ürünlerle alt etmeye uğraşiyor. Son dönemde özellikle İstanbul’da geniş pazarlama çalışmaları ile dikkat çeken Dönersan Döner Gıda A.Ş.’nin markası ‘Paşa Döner’ de bu markalardan biri. Günlük 15 tonluk tavuk döner üretimi yapan şirket, 142’si İstanbul’da, 20’si Anadolu’da olmak üzere toplam 162 şube ile hizmet veriyor. 2019’u 75 milyon TL ciro ile kapatan şirket, 2020’de yüzde 25 büyümeyle ve 100 milyon TL ciroya ulaşmayı hedefliyor. Paşa Döner İcra Kurulu Başkanı Adem Çalışkan ile yeni dönem hedeflerini ve franchise koşullarını konuştuk.

İş dünyasına nasıl adım attınız?

Ekonomi finans alanında ihtisas yaptıktan sonra, bu alanda serbest meslek faa-

“Franchise ile büyüyoruz”

“Paşa Döner konsept şubeleri hariç, franchise sistemi ile büyüyen bir marka. Franchise sistemimiz, yatırımcısına markanın ve bu markanın oluşturduğu sistemi kullandırma imkanı sunan, belli disiplin ve karşılıklı desteği önceleyen, bir bedeli ihtiva eden iş ortaklığıdır. Bu sistem, franchise bedelinin Dönersan Döner Gıda San. Tic. A.Ş.’nin banka hesabına yatırılması ile başlayan, tam olarak franchise sahibinin neye ihtiyaç duyacağı hususlarına cevap bulduğu, iş planının ayrıntılı olarak ele alındığı, ortaklığın imza altına alınması ile birlikteliğimizin taçlandığı süreci kapsıyor ve yatırımcısına kolay franchise olabileme imkanı sunuyoruz. Paşa Döner markası ile uzun süreli ortaklık için, girişimci iş planı ile kendi işine sahip olma talebinde bulunmak, Paşa Döner markasının gerektirdiği standartları yerine getirme misyonuna sahip olmak ve 100 bin TL artı KDV franchise bedelini ödemek gerekiyor.”

liyetinde bulmaya başladım. Gıda alanındaki faaliyetlerim ise birlikte olduğumuz değerli ortaklarımızın döner ile ilgili girişim iş planını bana aktarmalarıyla başladı. Bu alandaki yatırım planını etraflıca değerlendirerek doğru bir yatırım olduğuna karar verdik ve böylece “Paşa Döner” markası altındaki yolculuğumuz başladı. 2009’da başladığımız bu yolculukta 10 yılı geride bırakarak bugünlere geldik.

Şu anda kaç şubeniz var? İstihdamınız ne?

3 bin metrekare büyüklüğündeki üretim tesisimizde sadece tavuk but eti kullanarak günlük 15 ton, yıllık ise 4 bin 500 ton döner üretiyoruz. Ayrıca bin 500 metrekare alana kurduğumuz -40, -18 ve 0 dere-

ceye sahip lojistik depomuzla İstanbul başta olmak üzere Türkiye genelinde 160’ın üzerinde farklı noktaya ürünlerimizi sunuyoruz. Üretim kapasitesi ve satış hacmi göz önüne alındığında Türkiye’de sektör lideriyiz. 2’si konsept 160’i franchise olmak üzere toplam 162 şubemizle hizmet veriyoruz. Şubelerimizin 142’si İstanbul’da 20’si Anadolu’da bulunuyor ve 1500’ün üzerinde kişiyi istihdam ediyoruz.

2019 sonunda cironuz ne oldu? 2020 büyüme hedefiniz nedir?

2009 yılında faaliyetlerine başlayan Paşa Döner, özellikle 2013 yılından sonra agresif büyüme süreci ile 2019 yılı sonuna kadar büyük bir ivme kazandı. Bu alanda birincilikler elde etmiş, ödüller almış bir mar-



ADEM ÇALIŞKAN

ka oldu. Paşa Döner olarak, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından düzenlenen satış geliri artış hızına göre en hızlı büyüyen 100 şirket sıralamasında 8. kendi sektöründe ise Türkiye 1. si olma başarısını göstererek 2015 ve 2016 yıllarında ödül almaya layık görüldük. 2020 hedeflerimizi planlarken en önemli konunun değişim olduğuna karar verdik. Paşa Döner logosunu değiştirerek Paşa Döner markamızı yeni yüzüyle müşterilerimizle buluşturduk. Sektör liderliğimizi koruyarak, 10 yıldır yükselen ba-

şarı grafiğimizi yeni dönemde de katlayarak devam ettirmek istiyoruz. 2020 yılında da emin adımlarla ilerlerken büyüme hedefimizi yüzde 25 olarak planladık ve stratejimizi bu çizgide oluşturduk. 2020 yılında da sektörün en önemli tavuk döner üretici olarak yerimizi korumak istiyoruz. 2019 yılını 75 milyon TL ciro ile kapatırken 2020 yılında 100 milyon TL'nin üzerinde bir satış hacmi hedefliyoruz.

Yeni dönemde yurtdışında hedefleriniz nelerdir? Yurtdışına açıldınız mı, açılmayı düşünüyor musunuz?

Ülkemizde fast food sektörü çok büyük bir pazar. Döner ise bu sektörün yüzde 60'ını oluşturuyor. 7'den 70'e herkesin severek tükettiği tavuk döner ise; döner sektörünün yüzde 70'ine sahip. Biz Paşa Döner olarak, tavuk dönere yeni bir soluk getirdik. Türkiye'nin en önemli üreticilerinden temin ettiğimiz tavuk but etlerini özel sosumuzda marine ederek, yüksek kalite, hijyenik ve sağlıklı bir şekilde tüketicilerle buluşturmaya başladık. Toplam 162 şubemizde 1500'ün üzerinde kişiyi istihdam eden lider bir marka olmayı başardık. Paşa Döner olarak, 2020 yılında yenilenen görsel kimliği ile yurt içinde şube sayısını yüzde 25 oranında artırarak 200'e çıkarmayı ve ciromuzu katlamayı hedefliyoruz. Ayrıca, uluslararası akreditasyon sürecini tamamlamış olduğumuz ülkelere ilk ihracatımızı 2019 yılında gerçekleştirdik. Yerli ve milli lezzetimiz olan döneri yüzde 100 piliç budu kullanarak tüm dünyaya tattırma hedefimiz var. 2020 yılında ülkemize yakışır bir vizyon ortaya koyarak ihracat rakamlarımızı arttırarak devam ettirmeyi planımıza dahil etmiş bulunmaktayız.



Cinsiyet eşitliğini yaygınlaştıracak

Eski gazeteci, kurumsal sosyal sorumluluk danışmanı ve öğretim görevlisi Dr. Aylin Löle, Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini yaygınlaştırmak için ‘Awen for Us’ adlı bir sosyal girişim kurdu. Girişimle başta kurumsal şirketler ve kamu olmak üzere temel toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri verilip tasarım ürünleri ile de verilen mesajların günlük hayatta görünür olması hedefleniyor.

Küresel Cinsiyet Eşitliği Endeksi 2020 raporuna göre Türkiye 153 ülke arasında 130’ncu sırada yerini alıyor. Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini yaygınlaştırmak için son yıllarda çalışmalar yürütülüyor. Bunlardan biri de kurumsal sosyal sorumluluk danışmanı ve öğretim görevlisi Dr. Aylin Löle tarafından hayata geçirilen Awen for Us adlı sosyal girişim oldu. Awen for Us çatısı altında başta kurumsal şirketler ve kamu olmak üzere temel toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri verilirken, tasarım ürünleri ile de verilen mesajların günlük hayatta görünür



olması hedefleniyor. Kurumsal sosyal sorumluluk danışmanı ve öğretim görevlisi Dr. Aylin Löle, hayata geçirdiği sosyal girişim

‘Awen for Us’ ile toplumsal cinsiyet eşitliğini yaygınlaştırıp bunu kalıcı bir kültüre dönüştürmek için yola çıktığını söylüyor.

Awen for Us çatısı altında başta kurumsal şirketler ve kamu olmak üzere, her kademede çalışana temel toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri verip bu alanda bir bilinç yaratılmasını öngördüklerini belirten Löle, tasarım ürünleriyle de bu alandaki mesajların günlük hayatın içinde görünür kılınmasını hedeflediğini vurguluyor.

Denge için yola çıktı

Uzun yıllardır sosyal sorumluluk konusunda Türkiye’den Kosova’ya Kuveyt’ten Senegal’e kadar farklı ülkelerdeki şirketlere danışmanlık yapan Dr. Löle, “Awen, bir Kelt sembolü. Kadın ve erkek enerjisi arasındaki dengeyi sembolize ediyor. Keltçe ve Bretonca da ilhamın uyanışı anlamına geliyor. O yüzden Awen hepimiz için, toplumsal cin-

Gazetecilikten sosyal sorumluluk danışmanlığına

Edirne doğumlu olan Dr. Aylin Löle, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezunu. Aynı üniversitede, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği alanında önce yüksek lisansını, 2012 yılında da doktora çalışmasını tamamladı. 1995 yılında Dünya Gazetesi’nde başladığı gazeteciliğe sırasıyla Kanal E Televizyonu, Business Week, Capital, Power Dergisi, Vatan Gazetesi, Platin Dergisi ve Akşam Gazetesi’nde çalıştı. İş’te Kadının Gücü, ‘Kurumsal Vatandaş’ ve Sosyal Sorumluluk Okulu adlı üç kitabı bulunan Dr. Löle, Boğaziçi Üniversitesi’nde de Liderlik ve Girişimcilik Okulu’nun yanı sıra Sosyal Sorumluluk Okulu adıyla da sertifika programları düzenliyor. 2013 yılından bu yana kurumsal sosyal sorumluluk danışmanlığı yapan Dr. Löle, halen Türkiye’nin yanı sıra Kosova, Kuveyt ve Senegal’de de hayata geçirmiş olduğu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin danışmanlığını yürütüyor. Söz konusu projelerle IPRA Golden Awards, Stevie İş Ödülleri, Peer Awards, PR News gibi çok sayıda ödüllerin alınmasına katkıda bulunan Dr. Löle, Edirne Lisesi Vakfı Mtevelli Üyesi, Kapsayıcı Büyüme Derneği kurucu üyeliğinin yanı sıra Geleceğe Dokunan Anneler Projesi’nin de Danışma Kurulu üyeliğini yürütüyor. Dr. Löle halen yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde ders veriyor.



siyet eşitliği için, uyanış ve hayatın her alanında denge için yola çıktı” diyor.

Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi başta olmak üzere Türkiye’de bu alanda çalışan akademisyen ve uzmanlardan oluşan bir eğitim havuzu oluşturduklarını belirten Dr. Lölle, şunları söylüyor:

“Bu alanda hem çalışanların hem paydaşlarını hem de kamuoyunda fark yaratmak isteyen başta kurumsal şirketleri, konunun uzmanı eğitimcilerle buluşturuyoruz. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Hakkında Temel Bilgilerin yanı sıra Toplumsal Cinsi-

yet Eşitsizliğini Anlamak, Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Yönelik Normatif Çerçevesel, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Kadın Emegi ve İstihdamı, Sektörel Cinsiyet Eşitliği ve Kadınların Güçlenmesi, Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlı İşyeri Oluşturmak başlıkları altında şirketleri ve çalışanları bilgilendiriyor, bu anlamda kalıcı bir kültür inşa etmeye katkıda bulunmaya çalışıyoruz.”

Türkiye’nin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda karnesinin zayıf olduğunu belirten Dr. Lölle, şu bilgileri veriyor:

“Türkiye, kadınların ekonomiye katılımı,

fırsat eşitliği, eğitim olanakları, sağlık ve kadınların siyasal açıdan güçlendirilmesi kriterlerine göre hazırlanan 2020 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi’nde 153 ülke arasında 130’uncu oldu. Bu tablodan hareketle Awen for Us, toplumsal cinsiyet eşitliği bilincinin yaygınlaşması ve bu bilincin kalıcı bir kültüre dönüşmesi için çalışıyor.”

Cinsiyetçi yaklaşıma son!

‘Sadece eşitlik’ mottosuyla yola çıkan Awen for Us’in cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramlarının arasındaki farkı da öğretmek ve bu alanda doğru bilinen yanlışların düzeltilmesi misyonunu da taşıyor. Cinsiyet, doğuştan gelen biyolojik özellikleri içeren bir terim olarak tanımlanıyor. Toplumsal cinsiyet ise sonradan öğrenilen ve cinsiyete toplum tarafından biçilen rol, sorumluluk ve davranış beklentilerini kapsayan bir terim olarak kabul ediliyor. Kadınların ev işleriyle ilgilenmesi ya da çocuk bakımını üstlenmesi gibi beklentiler, cinsiyet değil, toplumsal cinsiyetle bağdaştırılan kavramlar olarak gösteriliyor. Bu alanda yapılan çalışmalara göre, eşitliğin sağlanabilmesi, cinsiyetlere biçilen toplumsal rollerin değiştirilmesi ve eşitlenmesini de içeriyor.

Dr. Aylin Lölle, sadece günlük hayatta değil iş hayatında da cinsiyetçi dil kullanımından cinsiyete dayalı eşit işe eşit ücret verilmeme gibi pek çok alanı masaya yatırdıklarını ve eğitim ve danışmanlık ile yapısal çözümler geliştirmeye katkıda olduklarını belirtiyor. Awen for Us’in tasarım ürünleriyle de mesajların kalıcı hale getirilmesi hedefleniyor. Awen for Us’in arkasında toplumsal cinsiyet eşitliği konusuna kafa yoran, çözüm üreten, farkındalık yaratmak isteyen bir ekip var. Bu yüzden Awen for Us mesajlarını bir tişört, bir telefon şarjı ya da evde bir makarna kutusunda görünür kılarak insanlara ulaştırıyor, farkındalık yaratıyor. İsteyenleri bu alanda akademisyenlerle ve uzmanlarla buluşturarak, temel toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri veriyor. Dil, zihin ve davranışlarımızdaki kalıpları, neşeli, hazırcı cevap ve ilham verici tarzıyla değiştiriyor. Her şirkete özel ürünler tasarlayarak da eğitimlerle yarattığımız farkındalığı, gündelik hayatta kullandığımız objelerle kalıcı hale getirmeyi hedefliyor.

“Müşterilerimizi dünyaya açacağız”

Ideasoft; e-ticaret odaklı web ve mobil tabanlı yazılım çözümleri üreten bir teknoloji şirketi. 2019'da cirosunu yüzde 50'den fazla artıran IdeaSoft'un CEO'su Seyhun Özkara, e-ticaret altyapı sağlayıcıları içinde yüzde 48 pazar payına ulaştıklarını kaydediyor. Özkara, “Yeni ürünlerimizle kullanıcılarımızın ve yeni müşterilerimizin e-ticarette daha başarılı olmalarını sağlayacak, onları e-ihracatla yurtdışına taşıyacağız” diyor.

Seyhun Özkara, Fatih Çalışkan ve Kerem Kaya'nın e-ticaretteki yüksek potansiyeli görmesinin sonucu olarak 2005'te kurduğu IdeaSoft, bir e-ticaret altyapı sağlayıcısı. KOBİ'lere ve büyük kurumsal şirketlere tam kapsamlı yazılım çözümleri sunan şirket, devamında gerekecek tüm ihtiyaçlar için de çözüm ortaklığı modeli üzerinden hizmet veriyor.

IdeaSoft CEO'su Seyhun Özkara, son altı yıldır Türkiye'nin en hızlı büyüyen teknoloji şirketleri arasında yer aldıklarını ve her iki e-ticaret sitesinden birinin IdeaSoft altyapısını kullandığını söylüyor. “Stratejimizi e-ticaret yazılımı sağlayan bir altyapı şirketinden e-ticaretin tüm renklerini sunan bir platform ve ekosistem haline dönüştürdük” diyen Özkara, 2020'de yeni ürünlerini hayata geçireceklerini kaydediyor. Bu yıl içinde yeni AR-GE merkezleriyle hizmet vereceklerini de sözlerine ekliyor. Seyhun Özkara ile IdeaSoft'un yeni dönem hedeflerini ve planlarını konuştuk.

IdeaSoft'u tanıyabilir miyiz?

Fatih Çalışkan ve Kerem Kaya ile beraber 2005'te kurduğumuz IdeaSoft, e-ticaret altyapı sağlayıcısı olarak tam kapsamlı yazılım çözümleri sunuyor. Hedefimiz, yaklaşık 15 yıl önceden Türkiye'de ciddi bir gelişme potansiyeline sahip olan e-ticaret sektörünü öngörüp, her ölçekten kuruma hitap edebilecek bir altyapı sunabilmektir. Bunu ba-



SEYHUN ÖZKARA

şardık ve bugün pazarın neredeyse yarısına sahip bir şirket olarak e-ticaret odaklı web ve mobil tabanlı yazılım çözümleri üreten bir teknoloji şirketiyiz.

İş süreciniz hakkında bilgi verir misiniz?

Sadece ürün sunmakla kalmıyor, devamında gereken tüm ihtiyaçlar için de çözüm ortaklığı modeli üzerinden hizmet veriyoruz. Amacımız; e-ticaret hayatına başlayan şirketlerin bu süreçte ihtiyacı olacak her hizmeti bütünsel olarak sunabilmek.

Çözümlerinizle ne gibi avantajlar sağlıyorsunuz?

E-ticaret dünyası oldukça geniş bir ekosistem. Bu işin yazılım süreci, kargolanması, ödeme sistemleri, muhasebesi, reklamı ise bu ekosistemin damarları gibi düşünülebilir. Sektör kazan-kazan mantığında ilerliyor. Bizim de 150'den fazla şirketle iş ortaklığı anlaşmalarıyla, hem e-ticaret şirketlerine kazandırma hem de müşterilerimizle paydaşlarımızı buluşturarak paydaşlarımıza da fayda sağlama çabamız var.

Kuruluştan bugüne nasıl bir yol kat ettiniz?

2005'te üç kişi başladığımız serüvene şu anda yaklaşık 150 kişilik bir ekiple devam ediyoruz. Son altı yıldır Türkiye'nin en hızlı büyüyen teknoloji şirketleri arasındayız. 2018'e kıyasla 2019'da kullanıcı sayımız yüzde 35'in üzerinde arttı. Stratejimizi e-ticaret yazılımı sağlayan bir altyapı şirketinden e-ticaretin tüm renklerini sunan bir platform ve ekosistem haline dönüştürdük.

2019, nasıl geçti?

2019, 2015-2018 döneminden çok daha iyi geçti. Büyüme de aynı şekilde geçmiş üç yıllık döneme göre çok daha iyiydi. Özellikle son iki yıldır yaptığımız AR-GE yatırımlarının geri dönüşlerini almaya başladık. Çalışan sayımız yükselirken müşterilerimiz için çeşitli geliştirmeler ve yeni ürünler üzerine çalıştık. Müşteri sayımız 8 bin aştı. 2019'da 2018'e göre yüzde 50'nin üzerinde ciro artışı elde ettik. E-ticaret altyapı sağlayıcıları içinde yüzde 48'lik pazar payına ulaştık. Şu anda her iki e-ticaret sitesinden biri IdeaSoft altyapısını kullanıyor. Önümüzdeki yıllarda da bu ivmeyle devam edeceğiz.

2020 ajandanızda neler var?

2020'de pazar payımızı organik olarak

IdeaSoft'ta sistem nasıl işliyor?

“Gelir modelimiz paket yazılımlarımızı kiralama üzerinden ilerliyor. İş ortaklıkları üzerinden de müşterilerimize sunduğumuz çeşitli anlaşmalarımız var. Sistemimiz müşterilerimize de gelir kazandırma üzerine kurulu bir olanak sunuyor. Satışları ürün için komisyon ödemiyor ve ek anlaşmalar yaptıkları kargo, sanal pos, dijital ajans gibi çeşitli sektörel ihtiyaçlarını da IdeaSoft E-ticaret Çözüm Merkezi üzerinden çok daha düşük maliyetlerle çözebiliyorlar. 2019'da Google işbirliğiyle akıllı reklam uygulaması 'Otopilot'u geliştirdik. KOBİ'lere hitap eden Otopilot, yapay zekânın yönettiği çok basit bir reklam paneliyle Google Ads Alışveriş reklamları vererek çok düşük maliyetlerle ciddi gelirler elde edebilmeyi sağlıyor.”

“KOBİ'ler için yeni ürünler geliştireceğiz”

“KOBİ'lerin e-ticaretteki ağırlıkları oldukça yüksek. IdeaSoft altyapısını kullanan şirketlerin de yaklaşık yüzde 80'i KOBİ. KOBİ'lerin ihtiyaçlarını çok iyi belirledik. Özellikle 'E-ticaret Çözüm Merkezi'miz çok önemli bir rol oynuyor. Yazılımı ve çözümlerimizi kullanıcılarımıza en kolay halde sunuyoruz. Otopilot, KOBİ'lere hitap ediyor. Bu gibi kullanım kolaylığı sunan, kazanç katlayan geliştirmeler ve yeni ürünlerimiz uygulanmaya devam edecek. Bunun için uzman kadromuzu da geliştirip sayıca artırıyoruz.”

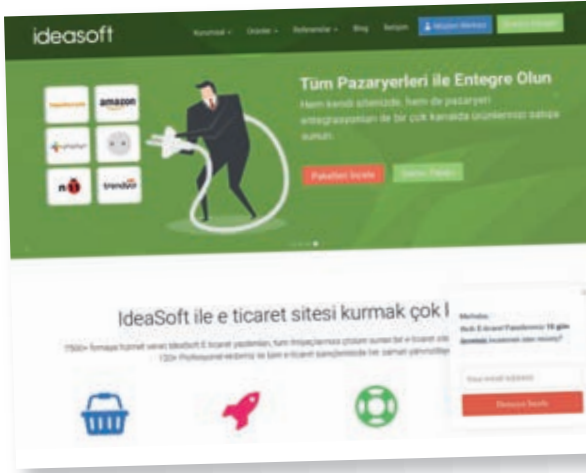
büyütme hedefimiz var. Pazarı büyüten bir oyuncu olduğumuz için son birkaç yılda organik pazar payı oranını aynı oranda artırmak, hedefimiz. 2020'de aktif müşteri sayımızı 11 binin üzerine çıkarmayı hedefliyoruz.

artıracağız. İlk çeyrekte yeni AR-GE merkezimizle hizmet vermeye başlayacağız.

Yurtdışı hedefleriniz nasıl şekilleniyor?

2014'te TÜBİTAK destekli bir projeye yurtdışına açıldık. Mikro işletmelerin e-ticaret ihtiyaçlarını karşılamak adına geliştirdiğimiz

'Shopio' ile beş yıldır global pazarda e-ticaret tecrübemiz var. Amerika'dan Çin'e ve Avrupa'nın tamamında ürünümüzü kullanan çok sayıda şirket var. Asıl hedefimiz 2020'de bu tecrübeyi yerli işletmelere aktarmak. E-ihracat ülkemiz ve KOBİ'ler için çok önemli. Türkiye'nin potansiyelini ve yerli işletmelerin gücünü yurtdışı pa-



Yatırım planlarınız neler?

2019'da AR-GE süreçleriyle geliştirmeye başladığımız ve 2020'nin birinci ve ikinci çeyreğinde hayata geçireceğimiz güçlü ürünlerimiz var. Bu ürünlerle mevcut kullanıcılarımızın ve yeni müşterilerimizin e-ticarette daha başarılı olmalarını sağlayarak onları e-ihracat ile Türkiye sınırları dışına taşımak istiyoruz. Son iki yıldır AR-GE bütçemizi artırdığımız gibi bu yıl da aynı şekilde

zara taşıyacağız.

Beş yılda şirketinizi nerede görmek istiyorsunuz?

E-ticarette henüz yolun başındayız. Türkiye'de işletmelerin yüzde 99'u KOBİ. İnancımız 2030'a kadar dijitalleşmeyen, e-ticareti farklı modelleriyle kullanmayan işletme kalmayacak, kalamayacak. Hizmet verdiğimiz müşteri sayımızın da 50 bin üzerinde olacağını öngörüyoruz.

Bu yıl yüzde 50 büyüme hedefi koydu

Kombucha 2200 markasının hikayesi yıllardır üşüyen, halsiz, hipoglisemisi olan, enerjiden yoksun, bağırsak sistemi çalışmayan, ciddi spastik kolon rahatsızlığı olan, tüm hayatında başkalarının yaşamlarındaki enerjilerine yabancı olan Esra Özcan'ın, temiz gıdalarla tanışmasıyla başlıyor. 6 yıl önce soğuk sıkım sebze suları, şekerden uzak, hazır ve paketlenmiş gıdalardan uzak beslenmeye başlamasıyla kendindeki değişimin farkına varıyor. Ardından fermente gıdaların faydalarını öğrenmesiyle birlikte evde sirke, kefir, turşu, peynir gibi yiyecekleri yapmaya başlıyor. Tam da bu sırada adını hiç duymadığı bir içecek olan 'kombucha' ile tanışıyor. Evde kendisi için kombucha de fermente ediyor. İlk içtiğinde tadını beğenmediği bu içeceği zamanla farklı tarifler deneyerek beğendiği lezete ulaştırıyor.

6 aroması var

Kombucha tüketimine başladıktan dört ay kadar sonra bağırsak sisteminin düzenli çalıştığını, sabahları erken kalkabildiğini ve arkadaşlarından 'yeni bir cilt kremi mi kullanıyor-sun?' soruları ile sık karşılaşır olduğunu ifade eden Esra Özcan yola çıkış öyküsünü, "O zaman farkettim ki bütün olarak temiz beslenmenin bana kattıklarının yanında kombucha, tüm bu iyi hissetme durumumu kat be kat arttırmıştı. Tabii ki bana bu kadar iyi gelen bir içeceği arkadaşlarıma ve çevremdekilerle de paylaşmaya başladım. Derken evkombuchakavanozlarıyla dolu taşı. Eve sığmayan kombuchaları önce birkaç yakın kafeye götürdüm. Küçük bir üretimhanede başlayarak bugünlere ulaştım" diye anlatıyor.

Bugün Kombucha 2200 bünyesindeki 6 çeşit ürün, tüm Türkiye'deki Macrocenter'larda,

Kadın girişimci Esra Özcan tarafından yaratılan probiyotik içecek markası Kombucha 2200, kısa sürede piyasada yer edindi. Bugün Macrocenter'lerden Lifeco'lara, Four Seasons Bosphorus'tan Soho House'a kadar pek çok noktaya giren marka, bu yıl yüzde 50 büyüme ile 1.6 milyon TL ciro hedefliyor.



Taze Direkt, Taze Masa ve Lifeco gibi online sitelerde, Petra, Cup of Joy, Moc, Kronotrop, EspressoLab ve Federal Coffee gibi birçok 3'ün-

cü nesil kahve zincirinde, Four-Seasons Bosphorus, Edition Otel, Bebek Otel, Soho House, Allis, Six-Senses Tarabya gibi beş yıldızlı otellerde, restoranlarda ve birçok organik market ve şarküteri noktalarında satışa sunuluyor.

Probiyotik ürün

Kombucha2200 markasının yaratıcısının ise mimar kızı Dila Ünlü olduğunu söylüyor Esra Özcan. Kendisinin daha çok ürünün, üretimi, tedarik ve diğer işlerinin arkasında olduğunu dile getiriyor. Kızının ise sosyal medya yöneti-

mi, şişe tasarımları, kurumsal kimlik gibi markalaşma çalışmaları üzerine yoğunlaştığını belirtiyor.

Online payı Marka, hem kendi online sitesinde hem de bazı online sitelerde satılıyor. Ayrıca bazı organik dükkan ve mağazaların kendi online satışlarında da bulunuyor. Online kanalda çok yaygın olmayı hedeflemediklerini belirten Esra Özcan, "Bu kanalda gerçekten bilinen, kendini ispat etmiş online satış kanallarını tercih ediyoruz. Bu anlamda çok seçiciyiz. Bunlara bağlı olarak online satıştaki payımız genel ciromuzun yüzde 20'si gibi düşünebiliriz. Bu oranı nihai tüketicinin alışkanlıkları ve yeni eğilimlere bağlı olarak daha da yüksek bir orana taşımayı hedefliyoruz. Şu anda 6 çeşit aromaya sahibiz. Yeni aromalar, yeni ürün çeşitlilikleri anlamında ürün AR-GE'miz devam ediyor. 2019 yılındaki ciromuzu yüzde 50 oranında artırarak bu yıl yaklaşık 1.6 milyon TL seviyesine ulaşmak istiyoruz" diyor.

Girişim dünyasına kitlesele fonlama

Gençlerin ve girişimcilerin hayallerini gerçekleştirebilmesi için kurgulanan kitlesele fonlama siteleri, hem girişim dünyasından hem yatırım dünyasından gelen tecrübeli ekipleri buluşturuyor. Girişimcilik ruhuyla yapılan kitlesele fonlama çalışması sayesinde pek çok gencin yaşamı değişiyor.

Tüm dünyada hedefleri ve girişim planları olan girişimcilerin bu hedeflerine ulaşmaları için farklı yöntemlere ve desteklere ihtiyacı oluyor. Bu noktada "parlak bir fikir" her zaman destekçisini buluyor. Özellikle gençlerin başvurduğu destek kanallarından biri de kitlesele fonlama. Bir ürün, organizasyon ya da projenin dijital platformlar aracılığı ile tanıtılması ve gerekli kaynakların bu platformlar üzerinden bireylerden ve kurumlardan temin edilmesi anlamına gelen kitlesele fonlama dünyanın birçok ülkesinde yaygın bir şekilde kullanılıyor. Türkiye'de ise kitlesele fonlama yeni gelişmekte olan bir alanı oluşturuyor.

Projeler destekleniyor

"Fongogo" da, her türlü projenin ve girişimin hayata geçmesi için ihtiyaç duyulan sermayenin kitlelerin desteğiyle bir araya getirilmesine aracı olan bir pazaryeri misyonuna sahip projelerden biri. Proje sahiplerinin proje sayılarını yaratıp ödeme sistemlerini kullanabilecekleri ve kampanyalarını yürütebilecekleri düzeneği Fongogo sağlıyor. Bu çalışmaya destek veren markalardan biri de Doritos. Doritos, #bicesaret mesajıyla yürütmeye başladığı kampanya çerçevesinde çevre, dans, eğitim, kültür ve sanat, film, müzik, spor, tasarım ve mimari, teknoloji ve turizm konularında hazırlanan projelerin tanıtımını destekliyor. Bu konularda, projesi olan gençler fongogo kitlesele fonlama web platformunda oluşturulan Doritos #bicesaret sekmesine başvuru yapıp projelerini tanıtıyor. Doritos dönemsel olarak reklam büt-

OSMAN DILBER



çesini bu projeleri geniş kitlelere ulaştırmaya ayırıyor. Bu kampanya sayesinde başvuruda bulunan projeler Doritos'un medya gücüyle Instagram ve Facebook üzerinden milyonlarca kişiye tanıtılacak.

"Gençlere cesaret vermek istiyoruz"

Doritos'un bu kampanya ile gençleri cesaret göstermeye ve hayallerini gerçekleştirmeye davet ettiklerini dile getiren Doritos/PepsiCo Yiyecek Pazarlama Direktörü Osman Dilber, "Sosyal medyada #bicesaret platformu ile hayata geçirdiğimiz proje ile gençleri bicesaret gösterip projelerini sunmaya davet ediyoruz" diyor. Önemli olanın gençleri harekete geçirecek cesareti vermekten geçtiğini vurgulayan Dilber, bireysel projelerin hayata geçmesi için kitlesele fonlama sisteminin önemli bir araç olduğunu da vurguluyor. Projenin en önemli amaçlarından birinin ise bu kitlesele fonlama sistemini tanıtmak olduğunu söylüyor.

Türkiye'de gençler çok stresli

Uluslararası Gençlik Vakfı (International Youth Foundation) tarafından 18-24 yaş arasındaki gençlerle ilgili olarak dünyanın birçok ülkesinde yürütülen Gençliğin İyi Olma Endeksi 2017 başlıklı bir çalışmaya göre, strese sahip olduğunu söyleyenlerin oranı en yüksek düzeyde Türk gençlerinde görüldü. Uluslararası Gençlik Vakfı (International Youth Foundation) tarafından 18-24 yaş arasındaki gençlerle ilgili olarak dünyanın birçok ülkesinde yürütülen Gençliğin İyi Olma Endeksi 2017 başlıklı bir çalışmada, strese sahip olduğunu söyleyenlerin oranı en yüksek düzeyde Türk gençlerinde görüldü. Osman Dilber, aileyle anlaşmazlıklar, sosyal baskılar, eğitim sorunları ve finansal konuların gençleri strese soktuğunu belirterek, "Gençlik Türkiye'nin geleceğidir ve biz ülkemizin geleceğini her zaman desteklemeliyiz" diye konuşuyor.

Spor giyimde 300 binlik hedef koydu

Geçen yılı 60 milyon TL ciroyla kapatan pijama ve iç giyim markası Yeni İnci, spor giyim alanında iddialı büyüme hedefliyor. Yaklaşık 4 milyon adet yıllık üretim hacmine sahip olan marka, spor giyim alanına 500 bin TL yatırım yaptı. Yeni İnci Yönetim Kurulu Başkanı Furkan Atakan, "Her yıl ortalama yüzde 15 büyüyoruz. 2020'de 300 bin parça spor giyim üretimi hedefliyoruz" diyor.

İç giyim, pijama ve ev giyim alanında 50 yılı aşkın süredir hizmet veren Yeni İnci, spor giyime de girdi. 2019 yılını 60 milyon TL ciroyla kapatan şirket, spor giyimde katkısıyla bu yıl yüzde 15 büyümeyi planlıyor. Yaklaşık 4 milyon adet üretim hacmine sahip olan marka, spor giyim alanına 500 bin TL yatırım yaptı. Üretimde Türkiye'de iç giyim pazarının yüzde 35 paya sahip olan marka, iç giyimdeki başarısını spor giyim sektöründe de elde etmeyi hedefliyor.

Yeni İnci'nin her yıl ortalamada yüzde 10-15 arasında büyüdüğünü kaydeden Yeni İnci Yönetim Kurulu Başkanı Furkan Atakan, bu yıl 300 bin parçalık spor giyim üretimi planladıklarını aktarıyor. Gelecek yıl bunu 400 bin parçaya çıkaracaklarını söyleyen Atakan, "Spor giyim artık sadece sporda değil, günlük giyimde bir parçası haline geldi. Biz de bu yönde çok fazla talep alıyorduk. Çünkü ithal ürün fiyatları pahalı. Bizde modern ve güzel tasarımlar yaparak bu alana girdik" diyor.

40 ülkeye ihracat

Şirketin yurtdışında da hızlı büyüme yakaladığını ifade eden Atakan, üretimlerinin yüzde 40'ını 40'tan fazla ülkeye ihraç ettiklerini söylüyor. İhracatta ise en büyük pazarlarının İran olduğunu aktaran Atakan, "Orta Doğu, Afrika ve Avrupa ülkelerinde uzun yıllardır faaliyet gösteren şirketimiz Mısır, İran, Suudi Ara-

İnovatif ürünlere imza atıyor

Kullanıcıların ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak yenilikçi çözümler üreten Yeni İnci, meme kanserine bağlı olarak göğsünü kaybeden ve estetik kaygılar yaşayan kadınlar için meme protezi üreten ilk Türk markası olma özelliği taşıyor. Furkan Atakan, aynı zamanda üretim aşamasında olan ve manetik dalgaları engelleyen yeni sutyen ürünü ile meme kanserine yakalanma riskini azaltmayı hedeflediklerini vurguluyor. Atakan, "Ürünlerimizin hammaddesinde hiçbir şekilde kanserojen madde yok. Kanseröjen maddeleri tespit eden tüm azo boyar testlerinden geçerek üretim yapıyoruz" diyor.



FURKAN ATAKAN

bistan, Yunanistan ve Bulgaristan başta olmak üzere 40 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Yüzde 40'lık ihracatın yüzde 20'si İran'a gidiyor. Bu ülkede belki de Türkiye'den daha fazla bilinirliğe sahibiz. İran'da yaşanan son olaylarda hızımızı kesmedi" diye konuşuyor.

E-ticarette büyüyecek

Öte yandan her yıl yüzde 2,5 oranında AR-GE'ye yatırım yaparak iç giyim sektöründeki pazar payını büyütmeyi hedeflediklerini aktaran Atakan, bu yatırımlar neticesinde e-ticarette de büyüme planladıklarını anlatıyor. Önümüzdeki dönemde yalnızca Türkiye'de değil tüm dünyada e-ticaret üzerinden satış yapmayı planladıklarını kaydeden Atakan, bu alanda ilk olarak Amerika'yı hedeflediklerini dile getiriyor.



Yabancı fonlarla Avrupa'ya açılacak

5 yılda 27 şubeye ulaşan Emsal Doğan Güzellik Merkezleri bu yıl da 4 kendi, 2 franchise olmak üzere 6 yeni şube açacak. Bu yıl 200 bin kadını güzelleştirmeyi hedefleyen şirkete üç ayrı yabancı fondan ilgi var. Ortaklığa sıcak bakan şirketin kurucusu Emsal Doğan, "Onlar bizim Avrupa'da Emsal Doğan Güzellik Merkezleri açarak yurtdışında büyümemizi teklif etti. Ortaklığa sıcak bakıyoruz. Teklifleri değerlendiriyoruz" diyor.

Türkiye'de protez tırnak ve mikroblending denince ilk akla gelen markalardan Emsal Doğan Güzellik Merkezleri bugün 27 şubeye ulaşmış durumda. Yurtdışında İstanbul, Ankara, Mersin, Adana, İzmir, Eskişehir, Muğla, Bodrum, Samsun, Aksaray, Antalya, Izmit, Konya, Bursa, Edremit'te, yurtdışında ise Almanya - Düsseldorf'ta şubeleri bulunuyor. Bu yıl ise merkeze bağlı 4 şube, iki tane de franchise vermeyi planlayan şirket; yeni şubelerini Gaziantep, Kayseri, İzmir - Mavişehir ve Kıbrıs'ta açmayı planlıyor. Geçen yıl 135 bin kadını güzelleştiren şirket, 2020'de ise 200 bin kadın müşteriye ulaşmayı hedefliyor. Hızlı ve başarılı büyümesi ile yabancı yatırım fonlarının da ilgisini çektiklerini belirten girişimci Emsal Doğan, "3 ayrı yabancı fon ile masadayız. Onlar bizim Avrupa'da Emsal Doğan Güzellik Merkezleri açarak yurtdışında büyümemizi teklif etti. Ortaklığa sıcak bakıyoruz. Teklifleri değerlendiriyoruz" diyor.

"Önümüze üç hedef koyduk"

Emsal Doğan, yabancı yatırımcıların kendilerine yol haritalarında belirletikleri üç kriter konusunda destek olacaklarını düşündüğünü dile getiriyor. Bu anlamda yabancı fonların desteğini alacaklarını düşünen Doğan, şunları anlatıyor: "Ürün, akademi ve şubeleşme olmak üzere üç hedef koyduk önümüze. Ürün kanadında ürün gamımızı genişletip ulaşacağımız kit-leyi çoğaltmak ve yurt dışında büyümek isti-



EMSA1 DOĞAN

yoruz. Akademi konusunda yurt geneline ve yurt dışında yapacağımız seminer ve eğitimlerle kit-lemizi ve öğrenci sayımızı çoğaltıp şubelerimizde kendi akademizden mezun arkadaşlar ile çalışmak hedefimiz. Ayrıca yapacağımız sosyal sorumluluk projeleri ile kendi ayakları üzerinde durmak isteyen, bu zamana kadar çalışmamış insanları bünyemizde eğitip çalışan kadın gücüne destek olmayı istiyoruz. Şubeleşme konusunda da eş zamanlı olarak yurt genelinde ve yurt dışında temsilciliklerimizi çoğaltmak planlarımız arasında."

Almanya'da başladı

Almanya'da doğan ve 10 yıl önce Türkiye'ye gelen Emsal Doğan, 19 yaşındayken Almanya'da ilk güzellik merkezini açıyor. Almanya'da iki şu-

besi varken, Türkiye'de bu alandaki boşluğu fark ediyor. Şansını denemek istiyor ve Anadolu Yakası'nda bir plastik cerrahın yanında işe başlıyor. Tek bir masa ve sedye ile yıla çıktığını dile getiren Emsal Doğan, sonraki gelişmeleri şöyle anlatıyor: "Adım duyulmaya başladı. Bir asistan, bir çaycı, bir masa daha derken 2'nci şube olarak Nişantaşı merkezimizi açtık. Ünlüler gelmeye başladı. Franchise almak isteyenler oldu. 2009'da Türkiye'ye geldim. 2014'de ilk franchise şubemizi açtık. Bugün 11'i bize ait olmak üzere toplam 27 şubeye ulaştık" diyor.

400 kişi çalışıyor

Şirket, son beş yılda sürekli büyüme grafiği yakalıyor. Güzellik merkezlerinde sadece bakım işlemleri uygulanmadığı aynı zamanda kendi üretimi protez tırnak, kalıcı makyaj ürünlerinin satışını yaptıklarını da dile getiren Doğan, şöyle devam ediyor: "Hali hazırda 400 kişiye doğrudan istihdam sağlıyoruz. Dolaylı sağladığımız istihdam sayısı ise bin 100 kişi civarında. 2020'de ürün bazında yurt dışına açılmayı hedefliyoruz. MEB onaylı eğitim akademimiz var. Türkiye'de akademi sayımızı artıracacağız. Franchise şubelerimize yatırım yapma da son derece karlı. Yatırımcı 16 ayda yatırım maliyetini çıkarıyor.

Geliştirdiği robotu 6 kıtaya ihraç edecek

2000 yılında saç ekim sektörüne giriş yapan ASMED bugün yılda yaklaşık 800 yabancı hasta alıyor. Geçen yıl Ataşehir'de 40 milyon TL'lik yatırımla yeni klinik binasını hayata geçirdi. Saç ekimi konusunda birçok teknik ve inovasyonu da sektöre kazandıran şirketin kurucusu Dr. Koray Erdoğan, TÜBİTAK ile geliştirdiği ve yakında piyasaya çıkacak olan robotu 6 kıtaya ihrac etmeyi planlıyor.

Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi mezunu olan Dr. Koray Erdoğan, ortağı Dilek Çakır ile birlikte 2000 yılında ASMED Özel Tıp Merkezi'ni kuran bir girişimci. Saç ekiminin hem dünyada hem Türkiye'de henüz yeni yeni yaygınlaşmaya başladığı o dönemde sektöre giriş yapanlardan oldu. İstanbul Suadiye'deki kliniğini 40 milyon TL'lik yatırımla Ataşehir'e taşıyan şirket, yeni şubesinde ağırlıklı olarak İngiltere, İsveç, Fransa, İtalya, İspanya, Almanya olmak üzere Avrupa ülkelerinden, ABD ve Kanada'dan hasta alıyor. ASMED'in cirosunun yüzde 95'i yabancı hastalardan geliyor.

Saç ekimi alanında cihaz ve teknik geliştirme çalışmalarına devam eden Koray Erdoğan, bugünlerde saç ekiminde Türkiye'yi birkaç adım öne taşıyacak yeni bir inovasyonu tamamlamak üzere. TÜBİTAK işbirliğiyle bir robot geliştiriyor. Bu ürünün geliştirme çalışmaları için 2.5 yıldır sürüyor. Ürünün AR-GE çalışmalarına şimdiye kadar 750 bin dolar harlandı.

Bu robotun dünyada saç ekiminde çığır açacağına dikkat çeken Erdoğan, "Robot, üç boyutlu tarama teknolojisi ile bütün kafayı tarayıp deep learning yani derin öğrenme yöntemiyle hem kökleri çıkaracağımız bölgede hem de ekim yapacağımız bölgede saç-



Art meets
medicine...

Click to see what we do at Asmed.

ların kalınlıklarını ve sayısını optik sistemle ölçecek. Hem öncesinde operasyonun doğru planlanmasını sağlayacak, hem de şu anda bizim ortalama bir saatte yaptığımız işlemi, saniyeler içinde, optik olarak kendisi tamamlayacak" diyor.

6 kıtaya ihracat

'KE-Bot' adı verilen robot, saç ekimi işlemine tam bir şeffaflık getirecek. Çünkü bugün saç ekimi yaptıran kişilere 'Kaç kök ekildi?' diye sorulduğunda, çoğunlukla '3 - 4

bin olduğu söylendi' gibi belirsiz yanıtlar alınıyor. Hastalar kendi durumlarıyla ilgili kesin bir bilimsel veriye sahip olmuyor. Bu robot sayesinde, hastaların kafasında ekilen kök sayısı konusunda bir soru işareti kalmayacak. Robot hastanın başından kaç

kökün alındığını ve kaç kök ekildiğini optik olarak sayarak söyleyecek. KE-Bot'un tamamlanmak üzere olduğunu söyleyen Koray Erdoğan, "Başkanı olduğum Brüksel merkezli World FUE Institute'un 24-27 Haziran'da İstanbul'da yapılacak uluslararası çalıştayında tüm dünyaya tanıtılacak. Tasarım ve teknolojsi yüzde 100 yerli olan KE-BOT'un altı kıtada satışı gerçekleşecek. 100 bin doları aşmayacak bir baz fiyat olacak ama sonra kullanım başı bedeli olacak" diye anlatıyor.

Dünyada birinci sırada

110 kişiye istihdam sağlayan ASMED, sadece ekilen saçların yüzde 100'e yakın bir şekilde çıkmasını sağlamakta kalmıyor. Hastanın yüzüne en uygun saç çizgisini vererek sonucun son derece doğal görünmesine de özen gösteriyor. Operasyonların tam teşekküllü 10 ameliyathanede yapıldığını ve hastalarının 7 yıldız standartlarına sahip hasta odalarında konakladığını belirten Koray Erdoğan, şunları ekliyor: "Türkiye'deki saç ekimi işlemi yurtdışı ile karşılaştığımızda, klinikten kliniğe farklılık göstermekle birlikte yüzde 10 ila 50 arasında fiyat avantajı sağladığından söz edebiliriz. Saç ekim işlemi greft başına AB'de 3 Euro, ABD'de 5 dolar. Türkiye bugün saç ekimi alanında dünyada birinci sırada. En yakın rakiplerimiz ise ABD ve Belçika."



DR. KORAY ERDOĞAN

Yeni teknikler

2000'li yıllarda tüm dünyada, 'FUT tekniği' denilen yani saçlı derinin şerit halinde kesilmesiyle elde edilen saçların kelleşen bölgelere ekilmesi olarak tanımlanan teknik yaygındı. Daha sonra saç köklerinin tek tek başın arkasından alınarak, öndeki saçsız bölgelere nakledildiği 'FUE tekniği' ortaya çıktı. ASMED'in kuruluşundan itibaren saç ekimi alanında aralıksız çalışan Dr. Koray Erdoğan da 2004 yılında bugün bütün dünyada 'Ardışık Teknik' adıyla bilinen kendi FUE sistemini geliştirdi. Bunun ardından da saç ekimi sırasında gereğinden fazla kökün çıkarılmasını önlemek için optimum saç folikül sayısını hesaplama yöntemi olan 'Kapatıcılık Değeri'ni yarattı. Bu tekniğin uy-

gulanabilmesi için de 'Graft Calculator' adlı bir aplikasyon geliştirdi. Bu aplikasyon bugün cep telefonlarına ücretsiz olarak indirilebiliyor ve tüm dünyada yüzlerce doktor tarafından kullanılıyor. ASMED'deki operasyonlarda kullanılan ameliyat punchlarını da kendisinin tasarladığını belirten Koray Erdoğan, "Özellikle K.E.E.P. (Koray Erdoğan Embedding Placer) yani saç köklerini zarar vermeden yerleştirmek için kullandığımız aparat büyük önem taşıyor. Bu alet sayesinde saç kökleri ekilirken oluşan zarar en aza indiriliyor" diyor.

İşinsanları ilgili

Koray Erdoğan, bunların yanı sıra Long Hair FUE ile, saçları tıraş etmeden uzun hal-

leriyle çıkarıp o şekilde ekmeyi mümkün kılan bir yöntem daha geliştirmiş bulunuyor. Bu yöntemle saç ekiminin sonucu ameliyatın sonunda hemen görülebiliyor. Hastalarımız ameliyatın ardından sanki hiç saç ekirmemiş gibi göründüklerini ifade eden Koray Erdoğan, şöyle devam ediyor: "Bu nedenle yöntemi özellikle ajandası yoğun işinsanları ve sanatçılar tercih ediyor. Bu arada operasyon öncesi ve sonrası fotoğraflama aşamasını çok kolay hale getiren bir fotoğraf sistemi de yarattım. 'KE-Photo' sistemi, hastanın ameliyat öncesi ve sonrasında fotoğrafları çekilirken başını hareket ettirmek zorunda kalmaması için tek bir tuşa basarak bir kerede hastanın başının her açıdan fotoğraflanmasını sağlıyor."



Cem Ener

Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

TEKNOLOJİ GİRİŞİMCİLERİ İÇİN 2020 FUAR VE ETKİNLİK TAKVİMİ

İş hayatında başarı için bir numaralı kriter network'tür. Geniş bir sosyal ağın içerisinde yer almak, çok sayıda kişi tanımak, bu kişiler nezdinde kredibilite inşa etmek çok önemlidir. Birçok toplumda ilişkiler ticaretin temelini oluşturmaktadır. Örneğin İngiliz toplumunda "it's not what you know, it's who you know" deyiimi herkes tarafından bilinir. Türkçe'ye çevirdiğimizde "Neyi bildiğin değil, kimi tanıdığın önemlidir" anlamına gelmektedir. Benim de büyüklerimden aldığım nasihat bu yöndedir. Rahmetli dedem Adnan Ener 1960'lardan başlayarak Avrupa'daki tekstil fuarlarına gitmiş ve uluslararası iş çevresini genişletmiştir. Sonrasında bu çevreler kendisine müthiş fırsatlar sunmuştur. Hatta 1972'de Almanya'da katıldığı bir fuarda ödül kazanmıştır ve Türkiye'ye döndükten sonra meslek yaşamı boyunca "Altın Madalyalı Tekstilci" olarak anılmıştır. İşletmemizin bugün ne durumda olduğunu merak ediyorsanız, Bursa'da kuzenlerim bayrağı dedemizden alıp daha ileriye taşımıştır, işletme büyümeye devam etmektedir.

Yurt dışındaki fuarlara doğru stratejilerle katılmanın

bir iş insanı için ne derece önemli olduğunu küçük yaşlardan başlayarak kendi ailemde gördüğüm için ben de bugün aynı tavsiyeyi benden daha genç kişilere aktarmak istiyorum. Fırsatlar siz ofisinizdeki koltukta günde 10 saat otururken, internet üzerinde vakit geçirip sağa sola mesaj yazarken kendiliğinden ortaya çıkmayacaktır. Fırsatlara ulaşmak için harekete geçmeniz, dışarı çıkmamız gerekmektedir. Bu ayki yazımda internet ve teknoloji girişimcileri için 2020 yılında yurt dışında yapılacak olan önemli fuarların bilgilerini sizlerle paylaşıyorum. Sizlere tavsiyem en az bir tanesine öncesinde çok iyi hazırlık yaparak ziyaretçi olarak katılım sağlamanızdır. Önerdiğim fuarları Şubat ayından başlayarak kronolojik sırayla aşağıda listeliyorum. Faydalanmanız dileklerle...

■ **Mobile World Congress**, 24-27 Şubat 2020, Barcelona, İspanya

Mobil teknolojileri odağına alan MWC kendi sektöründe dünyanın en büyük fuarı haline gelmiştir. Mobil dünyanın en büyük oyuncularının en tepedeki

karar vericileri 4 gün boyunca bu fuarda olacaktır. Sektörün en önemli isimleriyle kartvizit alışverişi yapabileceğiniz tek etkinliğin bu olduğunu söyleyebilirim.

■ **SaaStr Annual**, 10-12 Mart 2020, San Jose/California, ABD

Bulut bilişim teknolojilerini odağına alan bu fuara en yoğun katılım ABD'deki firmalardan ve Amerikalılardan gerçekleşmektedir. Fuarda Avrupalılar azınlıktadır. ABD'deki bulut bilişim firmalarıyla bir araya gelmek istiyorsanız kaçırmamanızı tavsiye ederim.

■ **Hannover Messe**, 20-24 Nisan 2020, Hannover, Almanya

Hannover Messe geçen son 10 yılda büyük değişimler geçirmiştir. Eskiden endüstriyel teknolojilerin hakim olduğu bu fuar artık tüketici elektroniği, internet, mobil teknoloji, robotik gibi çok farklı konuları içerisinde barındıran, geniş yelpazeli bir fuar haline gelmiştir.

■ **Dublin Tech Summit**, 22-23 Nisan 2020, Dublin, İrlanda

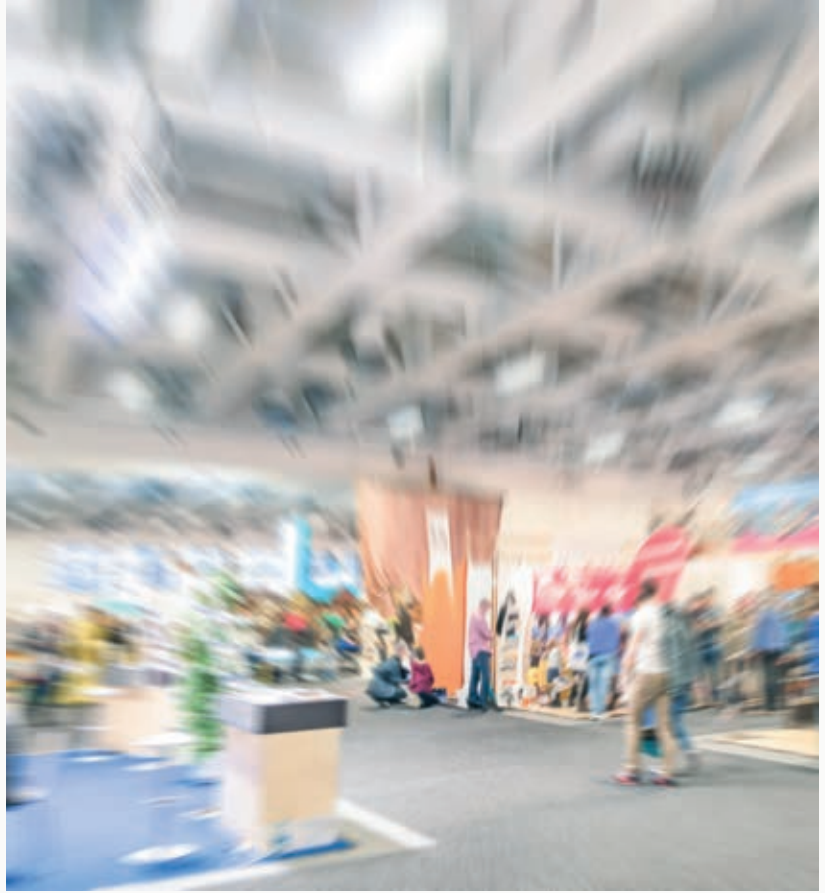
Google, Facebook, LinkedIn gibi dünya devleri 2000'lerin başından itibaren

Avrupa merkezlerini Dublin'e kurmuşlardır. Dublin bu nedenle teknoloji dünyası için çok önemli bir şehir konumundadır. Şehirde yaşayan teknoloji profesyonellerinin yüzbinlere ulaşmış olması sayesinde Dublin'de düzenlenen teknoloji etkinliklerine yoğun katılım olmaktadır.

■ **SaaStr Europa**, 17-18 Haziran 2020, Paris, Fransa
Mart ayında San Jose/California'da düzenlenen bulut bilişim teknolojileri fuarının Avrupa ayağıdır. Sektörde ABD odaklı bir network inşa etmek istiyorsanız SaaStr Annual'ı (yukarıda belirttiğim), Avrupa odaklı bir network için SaaStr Europa'yı tavsiye ederim.

■ **TNW Conference**, 18-19 Haziran 2020, Amsterdam, Hollanda
TNW Conference'teki TNW, 'The Next Web'in kısaltmasıdır, "sıradaki web", "geleceğin interneti" gibi bir anlam taşımaktadır. Start-up'lar, dijital pazarlama konuları, sosyal medyanın geleceği gibi geniş yelpazede konular içeren bir fuardır.

■ **IFA Berlin**, 4-9 Eylül 2020, Berlin, Almanya
Her yılın Ocak ayında Las Vegas'ta düzenlenen CES'in (Consumer Electronics Show) Avrupa'daki muadilidir. Samsung gibi dünya devi tüketici elektroniği firmalarının en yeni ürünlerini lanse ettikleri, tüm dünya medyası tarafından ilgiyle takip edilen bir teknoloji fuarıdır. IFA süresince Berlin tam anlamıyla teknoloji dünyasının kalbi haline gelmektedir.

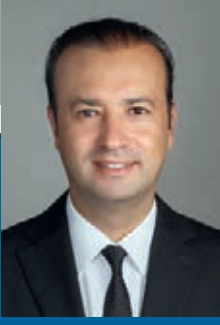


■ **DMEXCO**, 23 Eylül 2020, Köln, Almanya
Odağı dijital pazarlama, dijital reklamcılık olan DMEXCO fuarı alanında dünyanın en önemli 2-3 fuarı arasındadır. Avrupa Birliği ülkeleri, ABD ve İsrail gibi ülkelerden yoğun katılım almaktadır. Teknoloji girişiminiz için pazarlama iş ortaklıkları kurmanızda büyük fayda sağlayacaktır.

■ **Web Summit**, 2-5 Kasım 2020, Lisbon, Portekiz
Erken-aşama start-up'ların katılım sağladığı, melek yatırımcıların ve VC'lerin yoğun ilgi gösterdiği bir etkinliktir. Erken-aşama girişiminize fon bulmak için yabancı yatırımcılarla

tanışmak istiyorsanız size fayda sağlayacaktır.

■ **Slush**, 19-20 Kasım 2020, Helsinki, Finlandiya
İskandinav ülkelerindeki start-up'ların, özellikle mobil oyun girişimlerinin yoğun ilgi gösterdiği, yatırımcıları ve girişimcileri bir araya getiren, son yıllarda uluslararası katılımcı sayısı yükselişe geçen önemli bir etkinliktir. Son yıllarda Türkiye'den yaklaşık 100 kişinin etkinliğe katılım sağladığını görmekteyim. Türk teknoloji girişimcilerinin İskandinavya pazarında doğru bağlantıları kurması için en doğru ortamın bu olduğunu düşünüyorum.



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

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



Sirketler neden bağımsız denetim yaptırmalı?

Bu ay ki yazımın amacı, şirketlerde denetimin önemini vurgulamak ve denetimin şirketlere kattığı değer konusunda farkındalık yaratmaktır.

Denetim Nedir?

Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'na ("KGK") göre denetim; Finansal tablo ve diğer finansal bilgilerin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla, denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasıdır.

Bağımsız Denetçi Kimdir? Bağımsız Denetim Şirketinin Tanımı

Bağımsız denetçi: bağımsız denetim yapmak üzere, yeminli mali müşavirlik ya da serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış meslek mensupları arasından KGK tarafından yetkilendirilen kişilerdir.

Bağımsız denetim kuruluşu: KGK tarafından bağımsız denetim yapmakla yetkilendirilen ortakları yeminli mali müşavirlik ya da serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış meslek mensuplarından oluşan sermaye

şirketleridir. Bu denetim şirketleri KGK'nın web sitesinde güncel olarak mevcuttur.

Bağımsız Denetime Tabi Olma Kriterleri Nelerdir?

Aşağıda belirtilen şirketler bağımsız denetime tabidirler:

1. Herhangi bir ölçüde tabi olmaksızın bağımsız denetime tabi sayılanlar ; Bu şirketler 6362 sayılı kanun uyarınca Sermaye Piyasaları Kurulu'nun düzenleme ve denetimine tabi şirketler, 19.10.2015 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu uyarınca Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun düzenleme ve denetimine tabi şirketler ve Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu'na tabi sigorta, reasürans ve emeklilik şirketleri, Borsa İstanbul piyasalarında faaliyet göstermesine izin verilen, yetkili müesseseler, kıymetli madenler aracı kurumları, kıymetli maden üretim ve ticareti ile iştiغال eden şirketler, Tarımsal Ürünler Lisanslı Depoculuk Kanunu'na göre kurulan lisanslı depo işletmeleri, Umumi Mağazalar Kanunu'na göre kurulan umumi mağazalar, ulusal yayın yapma, uydu televizyon lisansı ve kablo lu televizyon lisansı yapma lisansı bulunan şirketlerdir.

2. Aşağıdaki üç ölçütten en az ikisinin eşik değerlerini art arda iki hesap döneminde aşan şirketler;

a) Sermaye Piyasasında işlem

görmeyen ancak Sermaye Piyasaları Kanunu kapsamında halka açık sayılan şirketler için eşik değerleri;

Aktif Toplamı 15 Milyon TL
Yıllık Net Satış Hasılatı 20 Milyon TL

Çalışan Sayısı 50 Kişi

b) Sermayesinin en az %25'i kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına, sendikalara, derneklere, vakıflara, kooperatiflere ve bunların üst kuruluşlarına doğrudan ve dolaylı olarak ait olan şirketler, yurt çapında günlük gazete yayımlayan şirketler, çağrı merkezleri hariç Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu düzenleme ve denetimine tabi şirketler, EPDK yetki belgesine sahip şirketler, TMSF tarafından denetimi ve yönetimi devir alınan şirketler, Kamu İktisadi Teşebbüsleri hakkında kanun hükmünde kararname kapsamında faaliyet gösteren kamu iktisadi teşebbüsleri ile bağlı ortaklıkları ve sermayesinin en az %50'si belediyelere ait olan şirketler için eşik değerleri;

Aktif Toplamı 30 Milyon
Yıllık Net Satış Hasılatı 40 Milyon

Çalışan Sayısı 125 Kişi

c- a ve b maddelerinde sayılmayan şirketler için genel denetim kriterleri;

Aktif Toplamı 35 Milyon
Yıllık Net Satış Hasılatı 70 Milyon

Çalışan Sayısı 175 Kişi



15 Milyon USD ve Üzeri Krediler için Denetim Zorunlu mudur? (Merkez Bankası için hazırlanacak Sistemik Risk Veri Takip Sistemi Veri Formu Denetimi)

Bu denetimin amacı “Döviz Pozisyonunu Etkileyen İşlemlerin Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Tarafından İzlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” (“Yönetmelik”) kapsamındaki T.C. Merkez Bankası’na bildirmek zorunda olduğu finansal bilgilerinin yine söz konusu Yönetmeliğe ve bu Yönetmelikte belirtilen hükümlere uygun olarak bağımsız denetiminin yapılmasıdır.

Bu denetimin kapsamı 31 Aralık 20XX tarihi itibarıyla hazırlanacak olan Sistemik Risk Veri Takip Sistemi Veri Formunun ve buna ilişkin T.C. Merkez Bankası’na bildirmek zorunda olduğu finansal bilgilerin “Özel Hususlar - Tek Bir Finansal Tablonun Bağımsız Denetimi ile Finansal Tablolardaki Belirli Unsurların, Hesapların veya Kalemlerin Bağımsız Denetimi” başlıklı Bağımsız Denetim Standardı 805 ile birlikte denetimle ilgili tüm

Bağımsız Denetim Standartlarına (BDS’lere) göre denetimini ve Sistemik Risk Veri Takip Sistemi Veri Formu ve T.C. Merkez Bankası’na bildirmek zorunda olduğu finansal bilgileri hakkında Bağımsız Denetim Raporu hazırlanarak görüş verilmesidir.

Ayrıca, yapılacak olan denetim, 31 Aralık 20XX tarihi itibarıyla hazırlanacak olan Sistemik Risk Veri Takip Sistemi Veri Formunun ve buna ilişkin T.C. Merkez Bankası’na bildirmek zorunda olduğu finansal bilgilerin denetimi ile birlikte bu verilerin 31 Mart 20XX, 30 Haziran 20XX ve 30 Eylül 20XX ara dönemlerine ait bildirilen veriler ile tutarlılığının denetimini kapsar.

100 Milyon TL ve Üstü Kredi Limiti için Hazırlanacak Analiz Tablosu ve Makul Güvence Raporu Gerekli midir?

“Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik” ile 01.11.2006 tarihli ve 26.333 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmeliğin” 11/A

maddesinde değişiklikler göre şirketler 31.12.20XX tarihli bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolarına göre analiz tablosu hazırlamak zorundadır.

Bu denetimin amacı; düzenlenmesi gereken 31.12.20XX tarihli analiz tablosuna ilişkin bağımsız denetçinin makul güvence raporunun hazırlanmasıdır.

Yukarıda da açıklamaya çalıştığım gibi, şirketler yabancı para veya TL kredi tutarı ve limitleriyle, ciro, çalışan sayısı, aktif büyüklükleri veya halka açık olma vs gibi kriterlerle bağımsız denetime tabi olmaktadır. Asıl olan ise, şirketlerin zorunlu olarak bağımsız denetim yaptırılmaları değil, bağımsız denetimin şirketlere kattığı değeri anlamak, bağımsız denetim sürecinin kurumsal yönetim ile ilişkisini önemsemek ve çıkacak raporlardan azami ölçüde faydalanmaktır. Çünkü doğru ve standartlara uygun olarak yapılan bir bağımsız denetim, şirketlerin kurumsallaşma ve sürdürülebilir olmaları yönünde çok fazla yarar sağlamaktadır.

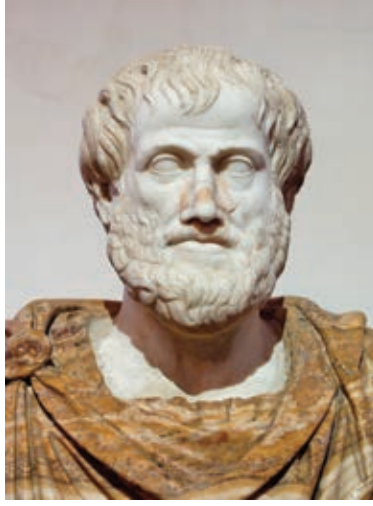


JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

İletişim ve Etkileşimde Aristo'dan Günümüze-I

İletişim teknolojilerindeki gelişimler ve dönüşümler oldukça heyecan verici. Bundan birkaç yıl önce ütopyik hatta fantazmagorik olarak değerlendirilen pek çok yenilikçi düşünce şu an iş yaşamımızın gerçekleri arasında yerlerini aldı bile. Örneğin, artırılmış gerçeklik (augmented reality) ve üç boyutlu hologram teknolojileri (holographic 3D technologies) bunlardan sadece birkaçı. Artırılmış gerçeklik, gerçek dünyanın fiziksel ortamını ses, video, grafik gibi bilgisayar aracılığıyla üretiyor, üstüne üstlük duysal girdiler sayesinde de gerçek zamanlı olarak hissedip yaşamamızı sağlıyor. Bir düşünelim: Farklı bir ofiste çalışan ekip arkadaşlarıyla ve müşterilerle yapılan görüşmeleri aynı ortamdaymışçasına gerçekleştirmek mümkün hale geliyor. Beyin fırtınası yapmak ve toplantı gündemini karşılıklı gözden geçirebilmek çok da imkansız değil. Dokunmatik ekran ve tablolar aracılığıyla ortak görselleştirme içeren toplantılar yapılıyor. Böylelikle iş ortakları, ekip arkadaşları ve müşteriler birbirlerinden çok uzakta dahi olsalar sanki aynı mekândaymışçasına, aynı masanın etrafında bir araya gelip toplantılarını ve iş sunumlarını yapar hale geliyorlar. Web cam'ler, webinarlar, telekonferanslar hele hele Skype artık neredeyse "Out". Yeni "In"ler arasına artırılmış gerçeklik (augmented



reality) ve üç boyutlu hologram teknolojileri (holographic 3D technologies) girmeye başladı bile. Evet, oldukça heyecan verici.

Heyecanımızı doruklara taşıyan bunca gelişmenin yanında sürecin diğer tarafını da düşünmemek elde değil. Tam da bu noktada Benjamin kendini hatırlatıyor doğrusu. Benjamin 19.yüzyıl'da Fransız Pasajlarındaki mağazalarda görücüye çıkan ürünler için "fantazmagori"lerin sergilendiği yerler ifadesini kullanır. Fantazmagori, malın kullanım değerini yok ederek mala "aldatıcı görüntü" yüklemek anlamını taşıyor. Bu noktada biraz önce doruklara çıkan heyecanımıza biraz fren yaptırıp daha derinlemesine düşünmeye başlıyoruz. İletişim ve etkileşim biçimleri artık "palimpsest"* gibi yeniden üretilip üzerine yeniden yazılabilen parşömenler gibi.

Eskiler silinip üzerine yenileri yazılıyor. Bununla beraber iletişim ve etkileşim gerçekleştiği mekana ilişkin algı ve anlayışta farklılaşıyor. Mekan denince "kamusallık" kavramı üzerinde çok kısaca durmak isterim. Zira, şirketleri de bir tür "iş odaklı (business oriented) kamusal alanlar" olarak değerlendirmek mümkün.

Dilerseniz gelin kısa bir yolculuğa çıkalım...

Modern dünyanın kamusal alanları tarihsel dizgede kent meydanı, cadde, sokak, park, café, pasaj gibi alan ve mekânla ilişkilendiriliyor. Geleneksel dünyada kamusal alanlar bireylerin iletişim ve etkileşim kurdukları durumları niteliyor, kavramsal inşası ise "kamusallık" olarak modern dünyanın ürünü. Geleneksel dünyanın kamusal alanlarına ilişkin en güzel örneklere Antik Yunan ve Roma'da rastlamak mümkün. Pazar yerleri, agoralar, forumlar bunun en güzel örneklerini teşkil ediyor. Braudel'in betimlediği Yunanlıların agora'sından, Romalıların forum'undan, kurulan panayırlardan bu yana klasik mekan tasarımı artık insanların birbiriyle bulunduğu, önemli kararların alındığı, entelektüel sohbetlerin yapıldığı şenlikli mekânlardan çok daha farklı bir hale dönüştü.

İş odaklı kamusal alanlar (business oriented) diyebileceğimiz şirketlerimizde ise; şirket içi iletişim süreçleri

sonsuz bir evrene sahip. Hem iç paydaş(çalışanlar) hem de dış paydaş iletişimiyle haşır neşir olan kurumsal iletişim departmanları, departman içi-departmanlar arası iletişim süreçleri ve daha pek çoğu iş odaklı kamusal alan atmosferinde gerçekleşiyor. Tüm süreçlerde iletişimin etkili kılınması için estetize edilmiş iletişim anlayışı yerini daha katılımcı daha besleyici, daha katkı sağlayıcı bir anlayışa bırakması gerekiyor. Aristo'nun Yunan Dönemi kamusal alanlarında kullandığı "ethos, logos, pathos" yaklaşımını günümüz şirketlerinin iletişim ve etkileşim süreçlerine uyarlamak pekala mümkün. Ethos'u "etik duruş", Logos'u "akıl, mantık odaklılık" ve Pathos'u da "duygudaşlık" olarak yeniden okumak yerinde olabilir. İletişim ve etkileşimin şirket içine yansıyan yönlerinde "katılımcı iletişim" (participatory communication) hassasiyeti mutlaka olmalı. Katılımcı iletişim, paydaşlar arasında bilgi, algı ve görüş paylaşımını sağlayan ve etkileşimin güçlendirilmesini

kolaylaştıran bir yaklaşım. Bu sadece bilgi ve tecrübe alışverişi değil, aynı zamanda iyileştirilmesi gereken durumlara yönelik yeni bilgilerin araştırılması ve üretilmesi sürecini de kapsıyor.

Konvansiyonel iletişim teknolojilerinin yerini artırılmış gerçeklik (augmented reality) gibi teknolojilerinin alması heyecan verici olduğu kadar iletişimin estetize edilme potansiyelini de güçlendiriyor. Estetize edilmiş ne varsa görünümü iyileşebiliyor, güzelleşebiliyor fakat doğallığını yitirebiliyor. Bir tarafta iletişim teknolojileri ile desteklenen iletişim yaklaşımları diğer tarafta hala süregelen şirket içi iletişim problemleri, çatışmaları bunlara bir dizi çözüm arayışları...

Bugünlerde Netflix'te yayınlanan ve baş rolünü George Clooney'in üstlendiği "Up in the Air" filminde görevi şehir şehir dolaşıp işten çıkarmaları gerçekleştirmek olan bir İnsan Kaynakları Yöneticisini anlatmakta. Filmde İnsan Kaynakları Yöneticisinin yaptığı görüşmeler, görüşme

süresinde kullandığı iletişim dili, yüz yüze görüşmeler yapmak yerine uzaktan süreci yönetebilecekleri teknolojik görüşme sistematiği kurma çabaları aktarılmakta. Kısacası, bu filmde iletişim ve etkileşimin estetize edilmiş halini görmek mümkün.

İletişimde artırılmış gerçeklikle (augmented reality) gerçek dünyayı köpürtüp arttırdığımız aşikar. Peki, neyi eksiltiyoruz ve yoksunlaştırıyoruz? Bunlar hakkında da düşünmemiz gerekiyor. Aristo günümüzde yaşıyor olsaydı ve iş odaklı (business oriented) kamusal alan olan şirketlerde iletişim ve etkileşim üzerine sohbetler yapsaydı neler anlatırdı acaba diye düşünmeden kendimi alamıyorum doğrusu.

Mevzu uzun... Önümüzdeki ay bu konuya kaldığımız yerden devam edeceğiz.

■ *Orta Çağlarda kâğıt çok zor bulunduğundan eski papirüslerdeki gibi yazıların silinip yerine yenilerinin yazılmasıyla üst üste bindirilmiş metinler ortaya çıkıyor.*



MAL TALEP

Yurtdışından 24 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) şubat ayı içerisinde farklı ülkelerden birçok işbirliği teklifi geldi. Sizler için 24 farklı işbirliği çağrısını derledik.

1 A.B.D.

Firma Adı: Anatolia Group Limited Partnership
Adres: 30 E. Georgia St. #414 Indianapolis, IN
Yetkili Kişi: Arif Uğur
Tel: +1.317.478-0896

e-mail: info@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.

2 HİNDİSTAN

Firma Adı: Jaya Household Products Private Limited
Adres: 'Poddar Court' 4th floor, Gate No. 4 18, Rabindra Sarani
Yetkili Kişi: Tarashanker Kumar
Tel: +91.33.2225 8056



e-mail: sales@aparnacarbons.com
Firmanın rafine toz naftalin (% 99.4 saflıkta) ve 12-38 mm arası güve kovucu naftalin topları (HS 29029040) ihraç etmek istediği bildiriliyor.

3 Firma Adı: Chemex Organochem Pvt Ltd

Adres: 107, Udyog Kshetra, Link Road, Mulund West, Mumbai, 400080, Maharashtra
Yetkili Kişi: Tejas Thakker
Cep Tel: +91.836.9045230
e-mail: tv_4892@yahoo.co.in
Firmanın katkı maddeleri ve kimyasal maddeler ithal etmek istediği bildiriliyor.

4 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.

5 Firma Adı: 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 Otel Projesinin satışa çıkarıldığı bildiriliyor.

6 **Firma Adı:** 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.

7 **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

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 yurttaşımız Ömer

Yasemin, Almanya'da şirket kurmak isteyenlere hizmetlerini sunmak istediklerini bildiriyor.

8 **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 bildiriliyor. Şirketin, yüksek kaliteli kumaşlardan kadın giysileri (pamuk, tencel, modal, keten, dokuma kumaşlardan ve viskozlardan ipek, taranmış pamuk, örgü kumaşlardan keçe), erkek giysileri (bomber ceketler, naylon yağmurluklar ve dimi ürünler ve farklı yıkama özelliklerine sahip tişörtler), çocuk giysileri (0-5 yaş) - çocuklar için dokuma giysiler yanı sıra pamuk interlok bebek giysileri üzerine benzersiz uluslararası moda ve yaşam tarzı markalarını temsil ettiği belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden birisi olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacaktır.

9 **Firma Adı:** Open Aluminum Design Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren

Tel: +972.3.5631020

e-mail: yonatk@chamber.org.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.

10 **İTALYA**

Firma Adı: DIVITALY SAS

Yetkili Kişi: Marco Naretto

Tel: +39.011.0241515

e-mail: info@divitaly.com

İtalyan Ticaret Odası Derneği'nin hazırladığı bültende; DIVITALY SAS Firmasının gömlek ithal etmek istediği bildirilmektedir.

11 **Firma Adı:** MORETTI SPA

Yetkili Kişi: Filippo Fabbrini

Tel: +39.055.962111

e-mail: filippo@morettispa.com

İtalyan Ticaret Odası Derneği'nin hazırladığı bülteninde; ortopedik ve tıbbi cihazlar ticaretiyle uğraşan MORETTI SPA Firmasının ortopedik ve



MAL TALEP

tıbbi cihazlar imalatçılarıyla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor.

12 İNGİLTERE

Firma Adı: DEBENHAMS RETAIL PLC

Yetkili Kişi: Ben Alexander

Tel: +44.2086.112981

e-mail: purchasing.dept@debenhamplc.com
Avrupa ürünleri satan bir perakendeci olan DEBENHAMS RETAIL PLC.

Şirketinin, yeni ürünler aradığı (moda ürünleri, kol saatleri, parfümler, çakmaklar, fayans, mermer, ahşap zemin döşemeleri, akıllı telefonlar, tabletler, dizüstü bilgisayarlar, bilgisayar sabit diskleri, TV'ler, klimalar, bisikletler, piller, lastikler vb.) ve farklı ürün çeşitleriyle uğraşan firmalarla işbirliği yapmak istediği bildiriliyor. Üretici/tedarikçilerden kataloglarını göndermelerini isteyen şirketin, uzun vadeli bir işbirliği yapmak istediği ve ödeme politikalarının, teslimattan sonraki 30 gün içinde hızlı bir şekilde ödeme şeklinde olduğu belirtiliyor.

Firma Adı: DEBENHAMS RETAIL PLC

Yetkili Kişi: Ben Alexander / Senior Buyer, Purchasing Dept.

Tel: +44.2086.112981

e-mail: purchasing.dept@debenhamplc.com
Avrupa ürünleri satan bir perakendeci olan DEBENHAMS RETAIL PLC.

Şirketinin, yeni ürünler aradığı (moda ürünleri, kol saatleri, parfümler, çakmaklar, fayans, mermer, ahşap zemin döşemeleri, akıllı telefonlar, tabletler, dizüstü bilgisayarlar, bilgisayar sabit diskleri, TV'ler, klimalar, bisikletler, piller, lastikler vb.) ve farklı ürün çeşitleriyle uğraşan firmalarla işbirliği yapmak istediği bildiriliyor.

14 İRAN

Firma Adı: İbrahim Ramazani

Adres: Bazırgan - İRAN

Yetkili Kişi: İbrahim Ramazani

Cep 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.

Firma Adı: Golden Fiber Co.

Adres: Hafta tir, Qaem Maqam

Farahani str. 021 Tehran - İRAN

Yetkili Kişi: Tannaz Akbari / Correspondence

Tel: +98.912.2995696

e-mail: cml@goldenfiber.com.tr

Firmanın en az 10000 MT/Ay sipariş koşuluyla 70/30 ya da 60/40 LPG ihraç etmek istediği bildirilmiştir. Ödemelerin %100 LC ya da TT olacağı ve sevkiyatın FOB Asaluyeh ve/veya Bandar Abbas limanlarından olacağı belirtiliyor.

16 MACARİSTAN

Firma Adı: ALX HUNGARY Macar

Ulusal Ticaret Ajansı

Adres: İncilipınar Mah. Nişantaşı Sok.

Cazibe İş Merkezi No:13 Daire:1301

Şehitkamil / GAZİANTEP

Yetkili Kişi: Alper Bakır / İş Geliştirme Müdürü

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 bildiriliyor. 1998 yılında Budapeşte'de kurulan firmanın, bebek bezi ve yetişkin bezi üreten firmalar için inovatif tekstil çözümleri ürettiği, dokusuz (nonwoven) ve PE filmden baskılı & baskısız, nefes alabilen (breathable) ve nefes alamayan (non breathable) özelliklerde rulo halinde tela (tekstil back sheet) üretimi yaptığı belirtiliyor.

17 PAKİSTAN

Firma Adı: Win International Services (Pvt) Limited

Adres: Office # 03, First Floor, Zahid Iqbal Center Punjab Market, Sector G-13/4 Islamabad - Pakistan, ,

Yetkili Kişi: Waleed Ahmed / Managing Director

Tel: +92.51.2300971;

Cep Tel: +92.333.5255592

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

18 RUSYA

Firma Adı: 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 iletiliyor.

19 **Firma Adı:** 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 bildirilmiştir. Söz konusu teklif Birliğimize, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletiliyor.

20 **Firma Adı:** ACK Group LLC
Adres: 49/65, Bolshaya Kazachya
Street, Saratov, Russian Federation

Yetkili Kişi: Ms. Victoria Krivosheeva

Cep 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 bildirilmiştir. Söz konusu teklif Birliğimize, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletiliyor.

21 **SIRBİSTAN**

Firma Adı: DELTA RG

Adres: Str.Jahja Beatle, No.26, 60000
Gilan-Kosova

Yetkili Kişi: Levent GAŞ / CEO

Tel: +383.44.144 036

e-mail: deltargkos@gmail.com

TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Programı kapsamında her yıl düzenlenen etkinliklerden birisine Kosova'dan katılan iş insanı Levent Gaş, Birliğimize başvurarak; Sırbistan'da Voyvodina Bölgesinin Srbobran veya Beçej şehrinde Avrupa pazarına uygun kalitede üretim yapabilecek orta kapasiteli yeni bir ayçiçeği yağı fabrikasının yapımı için Türkiye'den ortak aradıklarını bildirdi. Levent Gaş ayrıca, üretimin en büyük kısmının



Balkan pazarına satılacağını ve satış ile ilgili sorun bulunmadığını belirtiyor.

22 **UKRAYNA**

Firma Adı: POTOKI

Adres: 9, Baykalska st., Dnipro, Ukraine,

Yetkili Kişi: Tkachenko Anastasiia /
Leading Sales Manager

Cep 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.

23 **Firma Adı:** Vinagro LLC

Adres: 67 Peremohy av. Kyiv,
Ukraine 03062

Yetkili Kişi: Evdochenko Oleg
Viktorovich / General Director

Tel: +380.939.588888

e-mail: vinagro.kiev@gmail.com

Ukrayna pazarında 15 yıldır sirke, ayçiçek yağı üretimi ve toptan satışı ile uğraşan Vinagro LLC Şirketinin, Türkiye'den zeytinyağı ve sirke çeşitleri ithal etmek istediği ve ayrıca, zeytinyağı ve sirke üreten bir tesisten hisse almak istediği bildiriliyor.

24 **Firma Adı:** UKRSPİRT

Adres: 1 Borisa Hrinchenka
Str.,Kyiv, 01001, Ukraine

Yetkili Kişi: Lyudmyla Novak

Cep 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.



YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
EV'leniyorum 2020 Samsun	29 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Çeyiz, Halı, Beyaz Eşya, Düğün Organizasyonu, Ev Elektronikleri Fuar	Samsun
Gaming İstanbul	30 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	Uluslararası Oyun, Spor ve Dijital Eğlence Fuarı: Oyun, Spor, Dijital Eğlence Fuarı	İstanbul
EMITT 2020	30 OCAK 2020	02 ŞUBAT 2020	24.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı: Turizm	İstanbul
Çukurova Tekstil ve Hazır Giyim Fuarı	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	Hazır Giyim, Kumaş, Yan Sanayi ve Aksesuarları Fuarı	Adana
Güneşeye	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
Biz Ev'leniyorum - Evlilik ve Düğün Hazırlık Fuarı	05 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Evlilik ve Düğün Hazırlık	Antalya
PENTEX 9.Penye, Tekstil ve Teknolojileri Fuarı	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	Penye, Tekstil ve Teknolojileri	Gaziantep
Linepo İstanbul İç Giyim ve Çorap Fuarı	05 ŞUBAT 2020	08 ŞUBAT 2020	İç Giyim ve Aksesuarları, Yatak Kiyafeti, Çorap, Mayo, Ev Kiyafeti	İstanbul
15.Agroexpo Uluslararası Tarım ve Hayvancılık Fuarı	06 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Tarım, Tarımsal Mekанизasyon, Seracılık ve Hayvancılık Teknolojileri	İzmir
Entegre Tesis Yönetim Hizm. Ürün ve Tekn. Fuarı	06 ŞUBAT 2020	09 ŞUBAT 2020	Entegre Tesis Yönetim Hizmetlerine Konu Alan Ürün Teknoloji, Makine ve Hizmetleri	İstanbul
Uluslararası CNR Kitap Fuarı	08 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Yayınçılık, E-Yayınçılık ve Teknolojileri	İstanbul
Furnitrend Akdeniz	12 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Ofis Mobilyaları, Orman Ürünleri Yan Sanayi	Antalya
Diyarbakır Ev'leniyorum 2020	13 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Mobilya Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev elektronikleri	Diyarbakır
Vendex Turkey 20	13 ŞUBAT 2020	15 ŞUBAT 2020	Otomat Makinaları Self Servis Sistemleri & Sarf Malzemeleri Fuarı	İstanbul
ATRAK 20	13 ŞUBAT 2020	15 ŞUBAT 2020	8.Uluslararası Eğlence, Etkinlik, Park, Rekreasyon Endüstrisi ve Hizmetleri Fuarı	İstanbul
Adventure Turkey 20	13 ŞUBAT 2020	16 ŞUBAT 2020	Macerası Turizmi ve Sporları Fuarı	İstanbul
Karadeniz 6.Kitap Fuarı 2020	15 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Kitap, Süreli Yayınlar	Samsun
EURIE Avrasya Yüksek Öğretim Zirvesi ve Fuarı	19 ŞUBAT 2020	21 ŞUBAT 2020	Uluslararası Yüksek Eğitim	İstanbul
Adana Kent 2020	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	12. Belediyeye İhtiyaçları Kent, Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri, Çevre Teknolojileri ve Spor Tesisleri Fuarı	Adana
Adana İnşaat 2020 (Güneş Enerjisi Özel Bölümü)	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Yapı Malzemeleri, İş ve İnşaat Makineleri, Altyapı, Mühendislik Hizmetleri	Adana
ADANA HS 2020	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
Horeza Fair	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Uluslararası Ege Bölgesi 5.Otel Ekipmanları, Ağırtaçma, Konaklama Teknolojileri Fuarı: Otel Ekipmanları, Ağırtaçma, Konaklama Teknolojileri	İzmir
İstanbul Kırtasiye - Ofis	19 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	4. Uluslararası Okul, Kırtasiye, Kağıt, Ofis Malzemeleri, Oyuncak Fuarı: Kırtasiye ve Kağıt Ürünleri, Okul ve Ofis Malzemeleri, Oyuncaklar	İstanbul
Horeza Fair Ege	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Ev Dişi Tüketim Ürünleri, Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Depolama, Soğutma, Taşınma ve Market Ekipmanları	İzmir
Çeyiz Türkiye 2020	19 ŞUBAT 2020	22 ŞUBAT 2020	Çeyiz Yeltesinciliği, Üretimi, Teknolojisi, Pazarlaması, Ürünleri ve Ticareti	Antalya
Şanlıurfa Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Tarım Ekipmanları, Tohumculuk, Hayvancılık	Şanlıurfa
Motobike İstanbul	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Motosikletler, Bisikletler, Aksesuarlar, Tuning, Servisler ve Bayiler	İstanbul
EV'leniyorum 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri	Eskişehir
Eskişehir 2. Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Kozmetik, Kişisel Bakım ve Sağlık Yaşam	Eskişehir
Eskişehir Dekorasyon Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	2. Ev ve Ofis Mobilyaları, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstil, Bahçe Mobilyaları, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri ve Aksesuarları	Eskişehir
İstanbul Sanat Antika Kitap Fuarı	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Görsel ve İşitsel Sanat Eser ve Aletleri Antika Eşyalar Kitap ve Süreli Yayınlar	İstanbul
Kayseri Tarım Fuarı 2020	20 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Tarım ve Hayvancılık, Gıda	Kayseri
Camp & Caravan İstanbul 2020	21 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Kamp ve Karavan Araçları, Aksesuarları, Ürünleri, Hizmetleri	İstanbul
Avrasya Boat Show 2020	21 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Deniz Araçları, Ekipmanları ve Aksesuarları	İstanbul
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	22 ŞUBAT 2020	23 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Eğitim Fuarı	İstanbul
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	25 ŞUBAT 2020	25 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Eğitim	Ankara
16.Ege Tarım, Sera ve Hayvancılık Fuarı	26 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Tarımsal Mekанизasyon, Tarım Teknolojileri, Seracılık ve Hayvancılık	Denizli
Çiçek Düzey Fuarı	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Kesme Çiçek ve Peyzaj Fuarı	İstanbul
Enerex Antalya	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Antalya Enerji Verimliliği ve Dönüşümü Fuarı	Antalya
Coflex İstanbul	27 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Kahve Endüstrisi Fuarı	İstanbul
5.Uluslararası Fastener Fair Turkey	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	5.Uluslararası Bağlantı ve Sabitleme Elemanları Teknolojisi Fuarı	İstanbul
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	27 ŞUBAT 2020	27 ŞUBAT 2020	Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları	İzmir
17.Uluslararası İstanbul İşletim Fuarı 2020	27 ŞUBAT 2020	29 ŞUBAT 2020	Parmak, Yün, Sentetik, Rejenere Doğal, Teknik İplikler, Elyaf, Bobin, Masuralar	İstanbul
14. Ankara Kitap Fuarı	28 ŞUBAT 2020	08 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Ankara
Türkiye Anıtlık Fuarı	28 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Anıtlık Malzemeleri, Ekipmanları, Petek, Yem ve Teknolojileri	İstanbul
4.İsparta Kitap Fuarı	28 ŞUBAT 2020	08 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	İsparta
Evlilik Hazırlık Festivali ve Fuarı	28 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Evlilik ve Düğüne Yönelik Bütün Hazırlıklar	Ankara
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	29 ŞUBAT 2020	01 MART 2020	Yurtdışı Eğitim Fuarı	İstanbul
Bursa Üniversite Tercih ve Karier Fuarı	02 MART 2020	03 MART 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	Bursa
Adana Eğitim ve Karier Fuarı	03 MART 2020	04 MART 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Adana
FETEX 10.Fethiye Turizm, Tedarik ve Yiyecek İçecek F.	04 MART 2020	07 MART 2020	Fethiye Turizm, Turizm Tedarikçileri ve Yiyecek, İçecek	Muğla
Premiere Vision İstanbul	04 MART 2020	05 MART 2020	Hazır Giyim Yönelik Kumaş, İplik ve Aksesuarlar	İstanbul
Cafe Design	04 MART 2020	07 MART 2020	Mekan Tasarımı, Ekipman, Aksesuar, İş Geliştirme, Mobilya	Antalya
III. Nükleer Santraller Zirvesi ve Fuarı	04 MART 2020	05 MART 2020	Nükleer Sanayi, Nükleer Yedileştirme, Teknoloji Transferi	İstanbul
Gapfood 16.Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj Fuarı	04 MART 2020	07 MART 2020	Gıda, Gıda Teknolojileri ve Ambalaj	Gaziantep
Gapfarm Tarım	04 MART 2020	07 MART 2020	11.Tarım Teknolojileri ve Hayvancılık Fuarı	Gaziantep
MODEKO 2020 Uluslararası İzmir Mobilya Fuarı	04 MART 2020	08 MART 2020	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları	İzmir
Kayseri Tarım Fuarı	04 MART 2020	08 MART 2020	Tarım Hayvancılık ve Teknolojileri	Kayseri
Avrasya Kapi 2020	04 MART 2020	07 MART 2020	Kapı, Kepen, Kilit, Alarm ve Güvenlik, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	İstanbul
Avrasya Cam 2020	04 MART 2020	07 MART 2020	Cam Ürünleri, Uygulamaları, Üretim İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlanmış Ürün ve Kimyasallar	İstanbul
Avrasya Pencere 2020	04 MART 2020	07 MART 2020	21.Uluslararası Pencere, Panjur, Cephe Sistemleri Aksesuarları, Profil Teknolojileri ve Makineleri, Yalıtım Malzemeleri, Hammade ve Tamamlanmış Ürünler Fuarı	İstanbul
BUSWORLD Türkiye 2020	05 MART 2020	07 MART 2020	Otobüs Endüstrisi ve Yan Sanayi Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul
Mersin Agrodays	05 MART 2020	08 MART 2020	Tarım, Tarım Makineleri, Gübre Tohum, Seracılık	Mersin
Farmers Fair	05 MART 2020	08 MART 2020	Tarım, Gıda, Hayvancılık Teknolojileri ve Endüstrileri	Muğla
Güzellik & Bakım 2020	05 MART 2020	08 MART 2020	Güzellik ve Bakım, Saç, Kozmetik, Spa & Wellness ve Parfümeri Fuarı	İstanbul
Sağlıklı Yaşam ve Beslenme	05 MART 2020	08 MART 2020	Doğru Beslenme ve Gıdalar, Sağlıklı Yaşam	İstanbul
Van Gıda, Yöresel Ürünler Hediye Eşya Fuarı	06 MART 2020	15 MART 2020	Gıda, Yöresel Ürünler, Hediye Eşya ve El Sanatları	Van
Boat Show Eurasia	07 MART 2020	15 MART 2020	Tekne ve Tekne Ekipmanları, Broker Fırmaları, Marin Aksesuarları	İstanbul
Bursa 18. Kitap Fuarı	07 MART 2020	15 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Bursa
Samsun Mobilya Dekorasyon Fuarı 2020	10 MART 2020	15 MART 2020	5.Mobilya, İç Mimarî, Aydınlatma, Dekorasyon ve Aksesuarları Fuarı	Samsun
UNICERA Seramik Banyo Mutfak Fuarı	10 MART 2020	14 MART 2020	Seramik, Banyo, Mutfak Ekipmanları	İstanbul
Şanlıurfa Evlilik Hazırlık Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Evlilik Hazırlık, Mobilya Aksesuar, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Çeyiz, Beyaz Eşya	Şanlıurfa
İzmir Üniversite Tercih ve Karier Fuarı	11 MART 2020	12 MART 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	İzmir
BODEX	11 MART 2020	14 MART 2020	5.Bodrum Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Dekorasyon ve Gıda İhtisas Fuarı	Muğla
Doğu Anadolu Erzurum Mobilya Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	2. Ev ve Ofis Mobilyaları, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstil, Bahçe Mobilyaları, Ev Elektronikleri ve Aksesuarları Fuarı	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum EV'leniyorum	11 MART 2020	15 MART 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum	11 MART 2020	15 MART 2020	Kozmetik, Kişisel Bakım Ürünleri	Erzurum
9.Bursa Karacabey Tarım Hayvancılık ve Gıda Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Tarım Hayvancılık, Tohum, Meyvecilik, Gıda, Sulama Teknolojileri	Bursa
Güneş Enerjisi, Enerji Depolama, Elektrikli Ulaşım F.	11 MART 2020	13 MART 2020	Güneş Enerjisi Teknolojileri, Enerji Depolama, Elektrikli Araçlar ve Şarj Sistemleri	İstanbul
Art Ankara 6.Uluslararası Çajdaş Sanat Fuarı	11 MART 2020	15 MART 2020	Sanat ve Sanatsal Ürünler	Ankara
4.Uluslararası İstanbul Hırdavat Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Hırdavat Ürünleri ve Teknolojileri	İstanbul

Şubat 2020

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
6. Domatexpo Domates Yetiştiriciliği ve Teknolojileri F.	12 MART 2020	14 MART 2020	Domates Üretimi ve Pazarlamasındaki Teknikler ve Teknolojiler	Antalya
Balkesir Tarım Fuarı 2020	12 MART 2020	15 MART 2020	Tarım Hayvanlık ve Gıda ve Canlı Hayvan	Balkesir
PET İzmir Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Evcil Hayvan Ürün, Malzeme ve Aksesuarları	İzmir
Ortadoğu İnşaat Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Yapı Malzemeleri, Yapı Teknolojileri, Elektrik Sistemleri, Malzemeleri, Otomasyon, Asansör, İş ve İnşaat Makineleri, Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Havalandırma ve Tesizat Malzemeleri Fuarı	Diyarbakır
İsaf Exclusive Fuarı ve Konferansı	12 MART 2020	14 MART 2020	Güvenlik Sistemleri, Hizmetleri ve Ekipmanları ve Konferansı	Ankara
Win Eurasia 2020	12 MART 2020	15 MART 2020	Otomasyon, Hidrolik, Elektronik, Sac İşleme, Kaynak, İç Lojistik	İstanbul
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	15 MART 2020	15 MART 2020	Yurt Dışı Eğitim	Ankara
Ankara Üniversite Tercih ve Karrier Fuarı	16 MART 2020	17 MART 2020	Yüksek Öğrenim Üniversite Tercih	Ankara
Konya Tarım 2020	17 MART 2020	21 MART 2020	18. Tarım, Tarımsal Mekanzasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı; Tarım, Tarımsal Mekanzasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı	Konya
BURSA TEXTILE SHOW	17 MART 2020	19 MART 2020	Tekstil, Giyimlik Kumaş, Aksesuarlar	Bursa
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	17 MART 2020	17 MART 2020	Yurt Dışı Eğitim	İzmir
Marex	18 MART 2020	21 MART 2020	21. Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Dekorasyon, Servis Ekipmanları ve Gıda İhtisas Fuarı	Muğla
Brot Antalya	18 MART 2020	22 MART 2020	3. Yelkenli, Motorlu, Motorsuz Tekneler, Balıkçılık ve Su Sporları Fuarı: Yelkenli, Motorlu, Motorsuz Tekneler, Balıkçılık ve Su Sporları	Antalya
Karantalya	18 MART 2020	22 MART 2020	Kamp, Karavan ve Doğa Sporları ve Ekipmanları	Antalya
Heritage İstanbul 2020	18 MART 2020	20 MART 2020	5. Restorasyon, Arkeoloji, Müzeleşik Teknolojileri Fuarı ve Konferansı	İstanbul
ISEC	18 MART 2020	21 MART 2020	Anayurt Güvenliği Teknolojileri	İstanbul
Doğu Marmara Yapı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Yapı Malzemeleri, İş ve İş Makineleri, Alt Yapı, Mühendislik Malzemeleri	Kocaeli
Eskişehir Endüstri Fuarı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Üretim Makineleri, Takım Tezgahları, Metal İşleme Makineleri, Kaynak, Kesme, Delme Makineleri, Kalite Kontrol, İştilleme, Enerji, Otomasyon, Elektrik, Elektronik, Kalıp Teknolojileri	Eskişehir
Doğu Marmara Mobilya Fuarı 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili	Kocaeli
Doğu Marmara 3. Gayrimenkul Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Gayrimenkul Yatırımları, Finansman ve Danışmanlık	Kocaeli
IDEV 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Düjün Hazırlıkları, Ev Tefrişi ve Dekorasyonu	Kocaeli
Doğu Marmara 2. Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Kozmetik, Kişisel Bakım Ürünleri	Kocaeli
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	19 MART 2020	19 MART 2020	Yurt Dışı Eğitim	İstanbul
İstanbul Jewelry Show Mart 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Takılar, Taşlar, Saçlar Hediye Eşyaları, İlgili Yan Sanayi	İstanbul
Turkozat & Paint İstanbul 2020	19 MART 2020	21 MART 2020	8. Uluslararası Boya ve Hammaddeleri, Yapı Kimyasalları, Yapıştırıcı ve Hammaddeleri, Laboratuvar ve Üretim Ekipmanları Fuarı	İstanbul
İstanbul Oyuncak Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Bebek, Çocuk ve Yetişkin Oyuncakları, Hobi ve Yaşam Tarzı Ürünleri	İstanbul
EXPOMED EURASIA	19 MART 2020	21 MART 2020	Tıbbi Cihazlar, Sistemler, Teknolojiler, Ürünler, Donanımlar, Sarf Malzemeleri, Sağlık Hizmetleri,	İstanbul
7. Uluslararası İskele Kalıp Köprü, Beton ve Agregası F.	19 MART 2020	22 MART 2020	İskele Kalıp Sistemleri Köprü ve Beton Teknolojileri	İstanbul
Kıyafet Kitap Fuarı	20 MART 2020	29 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Antalya
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarları	21 MART 2020	22 MART 2020	Yurt Dışı Eğitim	İstanbul
4. İstanbul Eğitim ve Karrier Fuarı	23 MART 2020	24 MART 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim, Üniversite	İstanbul
Van Mobilya Dekorasyon Fuarı	24 MART 2020	29 MART 2020	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili ve Aksesuarlar	Van
Mobexpo Mobilya, Mutfak, Dekorasyon Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Mobilya, Mutfak, Dekorasyon ve Zemin Kaplamaları	Gaziantep
Saha Expo Savunma Hava ve Uzay Sanayi Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Savunma, Kara, Deniz, Hava Üretim Yeterenekleri	İstanbul
Hatay Yapı, Dekorasyon Gayrimenkul, Belediye Fuarı	25 MART 2020	29 MART 2020	Yapı Malzemeleri, Dekorasyon, Gayrimenkul Belediye İhtiyaçları ve Çevre Teknolojileri	Hatay
Çanakale Evlik Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Evlik için Gereklili Ürünler	Çanakale
IBANTECH	26 MART 2020	29 MART 2020	EkmeK, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Teknolojileri	İstanbul
Belediye İhtiyaçları Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Belediye İhtiyaçları, Çevre Teknolojileri, Altyapı ve Mühendislik Hizmetleri	Şanlıurfa
Otel, Restoran Konaklama Teknolojileri Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Otel-Restoran Ekipmanları, Bakım-Onarım ve Konaklama Teknolojileri Fuarı	Şanlıurfa
15. Uluslararası İdeal Homex Türkiye	26 MART 2020	29 MART 2020	Züccaciye, Hediye Eşya, Dekoratif Ev Tekstili ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul
Çukurova Ahsap İşleme Makineleri Fuarı 2020	26 MART 2020	29 MART 2020	Ahsap İşleme Makineleri, Mobilya İmalat Makine ve Tezgahları, Kesme-Delici Takımlar, Presler ve El Aletleri	Adana
Çukurova Mobilya Yan Sanayi Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları, Döşemelik Kumaşlar, Kapı, Pencere ve Ahsap Teknolojisi ve Orman Ürünleri	Adana
Menapı, Yapı, İnşaat ve Tedarikçileri Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Yapı, İnşaat Malzemeleri Fuarı	Mersin
Antalya City Expo 9. Şehircilik & Teknolojileri Fuarı	26 MART 2020	28 MART 2020	Belediye Ekipmanları ve Teknolojileri	Antalya
HEF Ev Elektronik Fuarı İstanbul	26 MART 2020	29 MART 2020	Beşer-Kahverengi Eşya, Ana ve Yan Sanayi	İstanbul
7. MAGROTEK'20	26 MART 2020	29 MART 2020	Tarım Gıda ve Hayvanlık Endüstrisi ve Teknolojileri	Mardin
3. MARBULDS'20	26 MART 2020	29 MART 2020	İnşaat, Tadilat, Doğalgaz, Enerji, Mobilya ve Dekorasyon	Mardin
4. Denizli Kitap Fuarı	27 MART 2020	05 NISAN 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Denizli
14. Gayrimenkul Fuarı ve Arap-Türk Zirvesi	28 MART 2020	29 MART 2020	Gayrimenkul, Konut - İşyeri, Yazlık Evler, Bankalar	İstanbul
Eskişehir Mobilya Fuarı 2020	31 MART 2020	04 NISAN 2020	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili	Eskişehir
MARBLE	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Doğal Taş ve Teknolojileri	İzmir
1. Batman Evlilik Hazırlıkları Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Ev ve Evlilik Hazırlıkları Yapan Çiftlerin İhtiyaçları Olan Her Şey	Batman
1. Batman Anne Bebek Çocuk Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Anne, Bebek, Çocuk İhtiyaçları Olan Her Şey	Batman
Doğu Marmara 3. Sera, Bahçe Fuarı 2020	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Seraçılık, Bahçecilik, Fidanlık, Tohumculuk, Çiçekçilik, Süs Bitkileri ve Teknolojileri	Kocaeli
Doğu Marmara 3. Tarım, Hayvanlık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Tarım, Hayvanlık, Tavukçuluk, Süt Endüstrisi	Kocaeli
Konya Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Mobilya, İç Mimar, Dekorasyon ve Aksesuarlar	Konya
Konya İdeal Ev Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Ev Tekstili, Hali, Züccaciye, Mutfak, Ev Elektronikleri, Beyaz Eşya, Mutfak, Bar, Havuz, Sauna, Safety	Konya
Konya Evlilik Hazırlıkları Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Evlilik Hazırlıkları - Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Aboye, Kıyafet, Çeyiz, Hali, Düjün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev Elektronikleri	Konya
9. Trakya Hayv., Tarım, Süt Ürünleri ve Tohum Fuarı	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Hayvanlık Ekipmanları, Tarım, Gıda, Süt Teknolojileri, Kimes Hayvanları, Üretim Mekanzasyon, Hayvan Barınakları, İklimlendirme	Kırklareli
Aymod 24. Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Ayakkabılar, Çantalar, Kemerler, Cüzdanlar, Kurum, Müesseslikler ve Dergiler	İstanbul
7. Türk Arap Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı	01 NISAN 2020	03 NISAN 2020	Ülkemiz KOBİ'lerinin Uluslararası Satış Faaliyetlerinin Güçlendirilmesi	İstanbul
5. Türk Arap Tarım ve Tarım Teknolojileri Fuarı	01 NISAN 2020	03 NISAN 2020	Ülkemiz KOBİ'lerinin Uluslararası Satış Faaliyetlerinin Güçlendirilmesi	İstanbul
4. Türk Arap Otel Restoran	01 NISAN 2020	03 NISAN 2020	Ülkemiz KOBİ'lerinin Uluslararası Satış Faaliyetlerinin Güçlendirilmesi	İstanbul
TURFOOD / 3. BURSA Gıda Fuarı	02 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Gıda Ürünleri ve Teknolojileri	Bursa
Hestorex Dünya Sağlık Spor Turizmi Kong. ve Fuarı	02 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Sağlık Spor Turizmi, Alternatif Turizm	Antalya
13. Uluslararası Solarex İstanbul	02 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Güneş Termal ve PV Teknolojileri	İstanbul
GESS Turkey 2020	02 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Eğitim Teknolojileri ve Çözümleri Fuarı	İstanbul
Samsun İnşaat Fuarı 2020	02 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Yapı, Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Tesizat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri	Samsun
Automechanika İstanbul	02 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Uluslararası Otomotiv Üretim, Dağıtım, Bakım ve Servis Ekipmanları Fuarı	İstanbul
Akdeniz Turizm Fuarı	02 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Kültür, Sağlık, Gastronomi Turizmi	Mersin
4. Hatay Kitap Fuarı	03 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Kitap, Süreli Yayın	Hatay
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	04 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
(MODEF 2020)	06 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Mobilya ve Dekorasyon	Bursa
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	06 NISAN 2020	06 NISAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Diyarbakır Tarım Hayvanlık Fuarı	07 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Tarım, Hayvanlık, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi Fuarı	Diyarbakır
AgriTech	08 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Fethiye Tarım, Hayvanlık, Seraçılık ve Gıda ve Tarım Makineleri	Muğla
Villa Decor Bodrum Bodrum Mobilya Bahçe Mobilyası	08 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Mobilya Mutfak Bahçe Mobilyası ve Peyzaj Malzemeleri	Muğla
ICSS İSTANBUL 2020	08 NISAN 2020	09 NISAN 2020	Akıllı Şebekeler, Akıllı Şehirler, Enerji İT, Akıllı Savaşlar	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	08 NISAN 2020	08 NISAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	Ankara
BUCOS 2. Kozmetik ve Güzellik Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Kozmetik, Güzellik, Bakım ve Sağlık Kozmetik Uygulamaları	Bursa
Şanlıurfa Yapı İnşaat Dekorasyon Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	İnşaat ve Yapı Malzemeleri, Kapı, Pencere, Mutfak	Şanlıurfa

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Şubat Pazartesi

- 16-31 Ocak 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

11 Şubat Salı

- 16-31 Ocak 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

17 Şubat Pazartesi

- 2019 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2019 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

20 Şubat Perşembe

- Ocak 2020 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Şubat Pazartesi

- Ocak 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi

25 Şubat Salı

- 1-15 Şubat 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Şubat 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi










26 Şubat Salı

- Ocak 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beynamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

2 Mart Pazartesi

- Ocak 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Ocak 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Ocak 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Ödemesi
- Diğer Ücretlerin Gelir Vergisinin İdarece Tarhı ve 1. Taksit Ödemesi
- Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin 2019 Yılına İlişkin Gelir Vergisi Beyanı ve 1. Taksit Ödemesi

Ekonomist'te neler olacak?

<p>CEO CLUB Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırma, anket, etkinlik, konferanslarda bir araya getiriyor...</p> <p> vodafone katkılarıyla</p>	<p>ANADOLU 500 Anadolu'nun En Büyük 500 Şirketi araştırması...</p> <p> TEB katkılarıyla</p>	<p>YILIN İŞ İNSANLARI Yılın İş İnsanı, Yöneticisi, Girişimcisi, Bürokrati ve Sivil Toplum Önderi... 30 yıllık heyecan...</p> <p> ULUDAĞ EKONOMİ ZİRVESİ</p> <p>Türkiye'nin en büyük ekonomi zirvesinde iş dünyasını Uludağ'da bir araya getiriyoruz...</p>	<p>KOBİ GİRİŞİM Büyümek, kurumsal yapısını güçlendirmek ve dışa açılmak isteyen KOBİ'lerin yeni rehberi...</p> <p> Garanti katkılarıyla</p>
<p>İSTİHDAM 50 Türkiye'nin önde gelen şirketlerinin yeni yıldaki istihdam planları...</p>	<p>E-DÖNÜŞÜM Şirketlerin e-dönüşüm konusunda sunduğu yenilikler ve buna yönelik olarak yaptıkları yatırımlar...</p> <p> QNB eFINANS katkılarıyla</p>		<p>FRANCHISE 100 Franchise veren büyük şirketlerle, girişimcileri buluşturan dev araştırma dosyası...</p> <p> RE/MAX TÜRKİYE katkılarıyla</p>
<p>STARS OF REGION Uludağ Ekonomi Zirvesi kapsamında düzenlenen yarışmada, Türkiye ve yurtdışından girişimcilere yatırım alma fırsatı sunuyoruz...</p> <p> sponsorluğunda</p>	<p>TÜRKİYE'NİN EN BAŞARILI TURİZM YATIRIMLARI Türkiye'de turizm yatırımlarını teşvik etmek için düzenlenen araştırma, 12 kategoride yatırımları ödüllendiriyor.</p>	<p>ANADOLU'NUN EN ETKİLİ 50 İŞ İNSANI Üç büyük il dışındaki Anadolu'nun 78 şehrinde ekonomiye yön veren iş insanlarının listesi...</p>	<p>ANADOLU MARKALARI Anadolu illerindeki yükselen markaların başarılarını paylaşan yarışma ve konferans dizisi...</p>
<p>ANADOLU BULUŞMALARINI Anadolu'nun dört bir yanından global bakış açısına sahip bütün KOBİ sahibi iş adamlarını kulübümüze davet ediyoruz...</p>	<p>YILIN KADIN GİRİŞİMCİSİ Başarıdan başarıya koşan girişimci kadınlar hak ettiği ödüle kavuşuyor...</p> <p> Garanti katkılarıyla</p>	<p>CMO CLUB Türkiye'ye yön veren şirketlerin pazarlama yöneticileri CMO Club'da bir araya geliyor...</p>	<p>S&B RAPORU İş dünyasını sarsan birleşmeler, sektöre yön veren satın almalar...</p> <p></p>
<p>SOSYAL MARKA 100 Düzenlediğimiz bu araştırma, Türkiye'nin 100 sosyal markasını sıralıyoruz.</p>	<p>50 KADIN CEO Türkiye'nin en büyük cirolarını yöneten 'Kadın CEO'lar... Nasıl başarılı oldular? Yolun başındakilere tavsiyeleri...</p>	<p>GARANTİ MORTGAGE Yeni konut projeleri, ofis, AVM ve plazalarda son trendler, avantajlı krediler, uzman görüşleri...</p> <p> Garanti katkılarıyla</p>	<p>YILIN EN İYİ FİLO YÖNETİCİSİ Gittikçe büyüyen bir sektör haline gelen filo kiralama, sürdürülebilir filo anlayışının desteklenmesi ve başarılı filo yöneticilerinin ödüllendirilmesini hedefliyor.</p>
<p>SATIN ALMA LİDERLERİ Türkiye'nin en yüksek satın alma bütçelerini yöneten 50 profesyonel...</p>	<p>EN ZENGİN 100 TÜRK Birkaç basamak birden yükselenler, ilk 10'daki yeri hiç değişmeyenler, listeye ilk kez girenler...</p>	<p>40 YAŞ ALTI 40 CEO İş dünyasının genç liderlerinin sıralaması...</p>	<p> VERGİDE GÜNDEM Vergi konusunda uyarıcı bilgiler, mevzuata ilişkin son gelişmeler...</p>
<p>VİZYON TOPLANTILARI Sektörlerin bugünü ve gelecek planları, şirketlerin üst düzey yöneticileri ile birlikte yuvarlak masa toplantılarında değerlendiriliyor...</p>	<p>BESMETRE Bireysel emeklilik şirketlerinden haberler ve performansları en iyi Bireysel Emeklilik Fonları analizi.</p>	<p>ALMANAK ÖZEL SAYISI Her yılın sonunda çıkan ve gelecek yılın ekonomide ve temel sektörlerde neler getireceğinin kapsamlı analizlerini içeren özel sayı.</p>	<p>EKONOMİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE YARINI...</p>

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

