

TEKNOLOJİ GİRİŞİMCİLERİ İÇİN 2020 FUAR TAKVİMİ

KOBİ

Garanti BBVA
Geleceğin fırsatları sizinle

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

MART 2020

TEKNO PARKKLARDA 2020 PLANLARI

■ Önde gelen
teknoparkların
ajandası

■ Teknoparklara
giriş koşulları

■ Büyüme
stratejileri

2020'DE 100 ÜLKEYE İHRACAT YAPACAK

"FRANCHISE İLE 3 YILDA 55 RESTORAN AÇACAĞIZ"

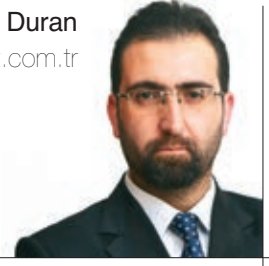
RAKİP ŞİRKETLERLE İLGİLİ İSTİHBARAT SAĞLAYAN 5 YÖNTEM

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





Aram Ekin Duran
eduran@ekonomist.com.tr



İki aylık serencam umutları kırsa da...

Son birkaç yıldır kriz ortamında yol alan Türkiye ekonomisi için 2020 yılı taze umutlarla başlamıştı. 2019'un üçüncü çeyreğinde resesyondan çıkılması ve dördüncü çeyrekte elde edilen yüzde 6'lık büyüme ile yılsonunda binde 9'luk büyümeye ulaşıldı. Türkiye tarihindeki düşük büyüme oranlarından biri olsa da, iç talebin artmaya başlaması ve sanayide çarkların hızlanması 2020 açısından umutların artmasına neden oldu.

Ancak yılbaşından bu yana hem küresel anlamda hem de Türkiye özelinde ekonomik ve siyasi depremler tüm hesapları alt üst ediyor. Önce ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşlarının yarattığı endişe, ardından ABD-İran gerilimi, sonrasında Suriye ve Libya'daki çatışmaların artması ve en sonunda Koronavirüs nedeniyle, küresel piyasalar yılbaşından beri bir türbülansın içinde yol alıyor.

Türkiye özelinde ise Elazığ ve Van depremi, İdlib saldırısı, Rusya ile gerilim ve iç siyasette sürekli yükselen tansiyon yeni yıla ilişkin olumlu beklentileri zayıflatıyor. Henüz 2020'nin üçüncü ayındaız ama piyasalar birkaç yıla yetecek kadar olay yaşamış gibi bir baş dönmesi içinde.

Biz bu yazıyı kaleme alırken, şu anda küresel ticaret için en büyük tehdit haline gelen Koronavirüs (Kovid-19) nedeniyle hayatını kaybedenlerin sayısı 3 bin 285'i aşmıştı. Dünya genelindeki Kovid-19 vakalarının sayısı ise 100 bine dayanmıştı. Dünya Bankası ve IMF'in toplamda 60 milyar doları aşkın bir yardım paketi açıklaması da, sorunun küresel ekonomi açısından

ne kadar hayati olduğunun bir başka göstergesi.

Şimdilik Türkiye'de resmi olarak açıklanan bir vaka olmasa da, İran ve Irak'taki ölümler sonrasında sınırların kapatılması ve çevre ülkelerden gelen vaka haberleri toplumdaki tedirginliği her geçen gün artırıyor.

Bu süreçte, 2020'ye umutla giren ve özellikle ihracat atağına kalkmak isteyen KOBİ'ler için soğukkanlı bir risk analizi büyük önem taşıyor. Zira, Kapitalizm'in klişe olmuş "her risk, bir fırsattır" şiarı, tüm ülkelerin birbirine adeta göbekten bağlı olduğu 21. Yüzyıl dünyasında pek de işe yaramıyor. Çin'in yıllık büyümesinde yüzde 1'lik bir düşüş, tüm ekonomileri paralize edecek bir anafora dönüşebilir.

Girişimcilerimize, KOBİ'lerimize dümeni sağlam tutacakları bir ay diliyorum.



Bu ayki kapağımızda, Türkiye'de her geçen gün sayıları ve nitelikleri artan teknoparklar var. Önde gelen teknoparklara giriş koşulları ve sundukları avantajları sizin için derledik.

Son olarak, 8 Mart dolayısıyla tüm kadınların Kadınlar Günü'nü kutluyorum. Hem ana dergimiz Ekonomist Dergisi hem de KOBİ Girişim olarak, kadın emeği, aklı ve vicdanı önünde bir kez daha eğiliyoruz.

İyi okumalar.

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

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

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

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

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

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

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

YÖNETİM YERİ Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad.
No:12 Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 22 - 23
34387 Şişli İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

BASKI
Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Faks: 0216 365 99 08/08
www.bilnet.net.com
Sertifika No: 42716

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık
FİPP üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300
okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13
ÇALIŞMA SAATLERİ
abone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

İÇİNDEKİLER



Dünyada faaliyetleri 1951 yılında Silikon Vadisi-Stanford Araştırma Parkı ile başlayan teknoparklar, Endüstri 4.0 ile şekillenen yeni dönemin vazgeçilmez yaratıcılık ve üretim merkezleri haline gelmiş durumda. Dünyada teknopark sayısı bine ulaşırken, Türkiye’de ise 85 teknopark faaliyet gösteriyor.



35 yıllık bir geçmişe sahip olan Iskenderunlu Şampiyon Filtre, her türlü araç için yağ, yakıt, hava ve hidrolik filtre üretiyor. Üretimimin yüzde 52’sini 89 ülkeye ihraç eden şirket bu yıl 100 ülkeye ulaşmayı planlıyor. Geçen yılı 100 milyon TL ciro ile kapatan Şampiyon, 2020’de ise yüzde 20 büyümeye hedefliyor.



İlk şubelerini 2003 yılında Bakırköy Carousel Alışveriş Merkezi’nde açan Cafe Italiano, yeni konsepti ile franchise atağına kalkmaya hazırlanıyor. Ocak 2020 itibarıyla franchise vermeye başlayan marka, 3 yıl içinde 55 yeni restoran açmayı hedefliyor. Cafe Italiano kurucusu Oğuz Şenol, “2020 yılında 10 yeni şube açmayı planlıyoruz” diyor.

- 3 Editör
- 5 Yeni fabrika ile markalı ihracat yapacak
- 6 KOBİ GÜNDEMİ
- 8 **KAPAK KONUSU**
 - Teknoparklarda 2020 planları

12 “Yabancı ortak ile dünyaya açılacağız”

14 2020’de 100 ülkeye ihracat yapacak

16 Zengin turistleri Türkiye ile tanıştırtıyor

18 Garaj Sepeti’ ile 20 bin KOBİ’ye ulaşacak

19 CloudTalk iki ülkeye daha açılıyor

20 “Franchise ile 3 yılda 55 restoran açacağız”

22 Yeni havalimanı ile cirosunu katladı

24 Sosyal medya ile girişimci oldu

25 Sağlıkta mobile yatırım artıyor

26 E-dönüşümle 2,5 milyar TL tasarruf

28 Seyyar satıcılıktan dev zincire dönüştü

30 Cem Ener: Rakip Şirketlerle İlgili İstihbarat Sağlayan 5 Yöntem

32 Volkan Demir: İşletmelerde karşılaşılan suistimaller nelerdir?

34 Işıl Keskin Şahan: İletişim ve Etkileşimde Aristo’dan Günümüze-II

36 Yurtdışı Mal Talepleri

40 Fuar Takvimi

42 Vergi Takvimi



Avusturya’da ortaya çıkan ve “anti konferans” olarak anılan Fifteen Seconds Festival, İstanbul iş dünyası ve üniversite gençliği ile buluşacak. Etkinliğin Türkiye ayağını düzenleyen Manastır’ın kurucusu Muhammed Atilla Sevim, festival ile tanıştıkları Avusturya merkezli Moodley Tasarım Grubu ile ortak olduklarını söylüyor.



Girişimci Güneş Mutlu Mavıtuncacılar’ın 11 yıl önce kurduğu çanta markası Mehry Mu bugün, dünyanın en büyük satış kanallarının yanı sıra Paris’ten Tokyo’ya, Londra’dan New York’a kadar pek çok noktada satılıyor. İstanbul Havalimanı’nda ilk mağazasını açan marka, yurtdışında da havalimanlarında mağazalaşmayı planlıyor.



2018’de emekli olmak zorunda kalan 40 yaşındaki Eylem Şenol Dursun, sosyal medyada ‘Eylemin Renkli Dünyası’ hesabı ile amigurumi, hazır giyim ve aksesuar satışı yapıyor. Dursun, “Şu anda satışlarının yüzde 50’sini internet üzerinden gerçekleştiriyorum. Hem tüm Türkiye’ye hem de KKTC ve Avrupa ülkelerine satış yapıyorum” diyor.

Yeni fabrika ile markalı ihracat yapacak

Uzun yıllar telekom sektöründe yöneticilik yaptıktan sonra girişimciliğe soyunan Nermin Gelbal Gökdoğan, Ovilo markalı butik zeytinyağı üretimini yatırıma dönüştürdü. 15 milyon TL'lik yatırımla Balıkesir Havran'da hayata geçirilen tesis ile zeytinyağı üretim kapasitesi yüzde 100 arttı. Gökdoğan, "2020'de ciroyu 3 kat artırıp ihracata başlayacağız" diyor.

Telekom sektöründe uzun yıllar yöneticilik yaptıktan sonra "Ovilo" markasıyla 2012 yılında butik zeytinyağı üretimine adım atan mühendis Nermin Gelbal Gökdoğan'ın kendi adıyla kurduğu Nermin Hanım Zeytinliği, 15 milyon TL'lik yeni yatırıma imza attı. Yeni yatırımla zeytinyağı üretim kapasitesi yüzde 100 artarken, istihdam sayısı da yükseldi. Ayrıca Tadım Atölyesi Projesi'ne de start verildi.

8 bin metrekare alan üzerine kurulu olan Nermin Hanım Zeytinliği'nin zeytin, zeytinyağı fabrikası ve Tadım Atölyesi Projesi, Tarım ve Orman Bakanlığı Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı ve Tarım ve

Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu'nun hibesiz destek programlarının katkısıyla hayata geçirildi. Tesis bünyesinde yer alan fabrika satış mağazasında müşterilere bölgede üretilen ürünleri tatma imkanı sunulurken, gastronomi alanındaki tanıtım faaliyetlerine de katkı sunulması hedefleniyor.

"Amacım dünyaya tanıtmak"

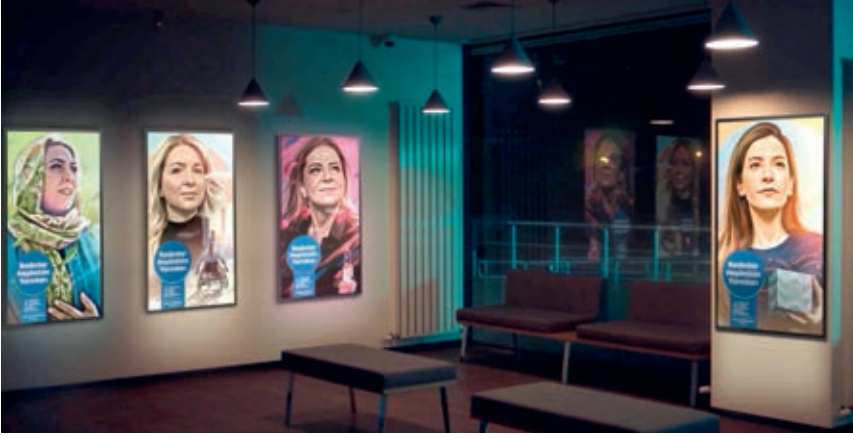
Nermin Hanım Zeytinliği Kurucusu Nermin Gelbal Gökdoğan, "Ne iş yaparsan yap, en iyisini yap" ilkesine sahip bir kadın girişimci olduğunu

Ürün yelpazesini genişletiyor

2019 hasat döneminde 100 ton zeytinyağı, 100 ton sofralık zeytin üretimi yapan Nermin Hanım Zeytinliği, 2020'de üretimini yüzde 100 artırmayı hedefliyor. Bununla birlikte gastronomi alanında çalışmalarıyla ürün yelpazesini genişletmeyi planladıklarını kaydeden Nermin Gelbal Gökdoğan, "Ev yapımı salçalar, reçeller, çeşnili zeytinyağlarını ürün portföyümüze ekliyoruz" diyor.

söylüyor. Türkiye'nin en kaliteli zeytinyağlarının üretildiği Balıkesir'in Körfez bölgesinde 2012'de 800 ağaçla bu yolculuğa başladığını anlatan Gökdoğan, "Bugüne kadar Tarım Bakanlığı destekli krediler kullanarak 3 milyon TL yatırımla zeytin ağacı sayısını 12 bine çıkardık. Sadece kendi zeytinliklerimizden üretim yapıyoruz" diyor. Uluslararası standartlarda ürettikleri zeytinyağını dökme yerine markalı satmak istediklerini belirten Gökdoğan, "Devletimizin de bize vereceği destekle Türk zeytinyağlarının uluslararası arenada tanınacağına, hak ettiği yeri alacağına inanıyoruz" diye konuşuyor. 2018'de 1,3 milyon TL olan cirolarını 2019'da 3 milyon TL seviyesine çıkardıklarını dile getiren Gökdoğan, "2020 ciro hedefimizi fabrika kuruluşu ile birlikte 10 milyon TL olarak planladık. Fabrika kuruluşu ile birlikte 2020 için yüzde 10 ihracat hedefi koyduk. Hedef pazar olarak Japonya, Güney Kore, vb. Asya ülkeleri planlarımız arasında yer alıyor" diyor.



KOBİ GÜNDEMİ**8 Mart Kadınlar Günü için gelenek başlattı**

■ Garanti BBVA, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü için geleneğe dönüştüreceği bir ilke imza attı. Garanti BBVA, 4 - 8 Mart tarihleri arasında tüm şubelerindeki bankacılık ürün ve hizmetlerini tanıtan ekranlarını, Garanti BBVA İnternet ve Garanti BBVA Mobil ile sosyal medya kanallarını, 13 yıldır aralıksız sürdürdüğü Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nın kazananlarına ayırdı. Banka, bir hafta boyunca tüm iletişim kanallarında Türkiye'nin kadın girişimcilerinin ilham verici yolculuklarına yer vererek başarı hikâyelerini geniş kitlelere duyuracak. Yeni uygulama hakkında görüş bildiren Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, "Garanti BBVA olarak

güçlü bir ekonominin ve toplumsal kalkınmanın, kadınların ekonomik ve sosyal açıdan güçlenerek her alanda erkeklerle eşit düzeyde temsil edilmesiyle mümkün olacağına inanıyoruz. Bu vesileyle, kadınlara sağladığımız destekleri artırarak ve çeşitlendirerek sürdüreceğimizi de vurgulamak istiyorum" dedi.

'Bu Gençlikte İş Var!' yarı finalistleri seçildi

■ Ege Bölgesi'nde girişimcilik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlamak amacıyla EGİAD işbirliği ile gerçekleştirilen TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! Ege Programının 2020 dönemi yarı finalistleri belli oldu. 24-25 Şubat 2020 tarihlerinde İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Ege Girişimcilik Kampı düzenlendi. Ege Bölgesi'nden çok sayıda girişimcilik ekosistemi paydaşı ve iş insanının katılımı ile gerçekleştirilen kampta 60 girişimci gence girişimcilik eğitimi verildi. Ekipler 29 Şubat 2020 Cumartesi günü EGİAD'ın ev sahipliğinde gerçekleşen eşleşme gününde iş fikirlerini EGİAD üyelerine sundu. Eşleşen 6 ekip, TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! Ege'nin 2020 dönemi yarı finalisti oldu. Ekipler, 14 Mayıs'ta gerçekleşecek Ege Final Günü'ne kadar rehberleri ile beraber çalışacak.

4'üncü Giveback Gala İstanbul'da yapıldı

■ "Giveback" felsefesinin ilham verici gücüyle farklı hedef kitlelere yönelik etkinlikler organize ederek "geri verme" kültürünü yaygınlaştıran Girişimcilik Vakfı, Giveback Gala'nın dördüncüsünü Google Türkiye ve Zorlu Enerji'nin desteğiyle 26 Şubat'ta Raffles Otel İstanbul'da yaptı. Galada; elektrikli spor otomobil Mark Zero'nun yaratıcısı, Porsche ve Volkswagen'i yaratan ailenin dördüncü temsilcisi Anton Toni Piech ana konuşmacı olarak yer aldı. Bu özel geceye Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Mehmet Fatih Kaçır, Girişimcilik Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Sina Afra, Google Türkiye Ülke Direktörü Mehmet Keteloğlu ve Kamu İlişkileri Direktörü Pelin Kuzey gibi iş dünyasının önemli isimleri katıldı. Gece konuşan Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Mehmet Fatih Kaçır, "Gençlerimizin Türkiye'mizin aydınlık geleceğinin mimarı olacağına inanıyorum. Girişimcilik ekosisteminin gelişmesine öncülük ettiği için Sina Afra'ya teşekkür ediyorum. Dünyayı gençler dönüştürüyor, sektörleri gençler dönüştürüyor" dedi.





ICUBE ile Start-Up'ları globale açıyor

■ Türkiye'de girişimcilik ekosistemini geliştirmeyi ve start-up'lara büyüme evresinde destek olmayı amaçlayan İstanbul Teknokent Entertech'in İstanbul Kalkınma Ajansı'nın destekleriyle yürüttüğü ICUBE Uluslararası Hızlandırma Programı, 2. Dönem çalışmaları için harekete geçti. En büyük hedeflerinin start-up'lara global vizyon kazandırmak olduğunu vurgulayan Yasin Erol, konuya ilişkin şöyle konuştu: "Girişimcilerin ICUBE eğitimleri sonrasında birçok tecrübe edindiğini gözlemliyoruz. Ancak finansa çok fazla bulaşıp amaç ve araç ayrımını kaybeden girişimci modelini biz reddediyoruz. Birinci aşamada öğretmek istediğimiz şu; Gerçek paranın peşinde koşmak. Gerçek para dediğimiz şey de; piyasada ya müşteri olarak karşılık bulabilecek birileri ya da yatırımcı olarak onlara karşılık gelebilecek birileridir. Girişimcinin daha çok gerçek parayla muhatap olmasını sağlıyoruz."



Garanti BBVA'dan "Gelecek 10 Yıl" temalı rapor

■ Teknolojideki gelişimi ve dijital dönüşümü ürün ve hizmetlerine öncü uygulamalarla yansıtan Garanti BBVA, 2019 Entegre Faaliyet Raporu'nu "Gelecek 10 Yıl" konseptiyle yayınladı. Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporunu okumak isteyen web sitesi ziyaretçileri, diyalog bazlı yapay zekâ çözümü olan Dijital Rapor Asistanı sayesinde raporun içeriklerine hızla ulaşabiliyor. Dijital Rapor Asistanı, web sitesi ziyaretçilerinin rapor içeriğiyle ilgili sorularına Türkçe ve İngilizce cevap veriyor, linkler paylaşarak rapor deneyimini zenginleştiriyor. Konuyla ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, şöyle konuştu: "2019 yılı Entegre Faaliyet Raporu ile Garanti BBVA'nın toplam değer yaratımını şeffaflıkla paylaşırken, gelecek 10 yılda mega trendler, riskler ve fırsatlar ışığında iş modelimizi nasıl şekillendirdiğimizi, dönüşümü nasıl gerçekleştirdiğimizi ve bunun tüm paydaşlarımızın yolculuklarına olan katkısını aktarmayı hedefledik."

Hedef 2020 yıl sonunda tüm Türkiye'ye ulaşmak



■ Telli Grup'un 30 yıllık köklü geçmişiyle hayat bulan Birikimevim, birikime dayalı faizsiz finansman yöntemiyle kişileri en uygun maliyetlerle ev ve araç sahibi yapmak için yola çıktı. Sektörde ilk defa kamu bankası özelinde teminat mektubu vererek müşterilerini garanti altına alan Birikimevim, kişilerin tercihlerine göre şekillenen 3 farklı yöntemiyle hayalleri gerçeğe çevirmeyi amaçlıyor. Birikimevim'in Yönetim Kurulu Başkanı Osman Telli, bu rakamı 2020 yılsonunda 50'ye yükseltmeyi hedeflediklerini söyledi. Ayrıca Telli, birikime dayalı faizsiz finansman sektöründe 2019 yılının 17 milyar TL'lik bir işlem hacmiyle kapandığını, 2020 yılsonunda ise sektörün bu rakamı 25 milyar TL'ye yükseltebileceğinin sinyallerini verdi.

Metropol İstanbul'a yeni şube

■ New York'un ünlü gurme hamburgercisi Shake Shack, İstanbul'daki 4. şubelerini, Metropol İstanbul AVM'de açtı. İstinye Park, Akasya ve Vadistanbul'dan sonra İstanbulluların yeni buluşma noktası olan Metropol İstanbul'un giriş katında, yeni mağaza konsepti ile hizmete girdi. Toplam 217 metrekarelik bir alanda hizmet verecek olan Shake Shack Metropol İstanbul şubesi, açık alışveriş caddesinde konumlanan, dışı camekan kaplı, içinde özel mozaik dekorların kullanıldığı, geniş terasında langirt masasının olduğu keyifli bir mağaza olma özelliğini taşıyacak. Ayrıca menüsünde sadece Metropol mağazasına ait özel custard dondurması olacak. Özel reçeteli, kabak tatlısı ile vanilya dondurma, tahin ve ceviz karışımından oluşan concrete Shake Shack severler ile buluşacak.



TEKNOPARKLARDA 2020 PLANLARI

Dünyada faaliyetleri 1951 yılında Silikon Vadisi-Stanford Araştırma Parkı ile başlayan teknoparklar, Endüstri 4.0 ile şekillenen yeni dönemin vazgeçilmez yaratıcılık ve üretim merkezleri haline gelmiş durumda. Dünyada teknopark sayısı 1000'e ulaşırken, Türkiye'de ise 85 teknopark faaliyet gösteriyor. 2019 sonu itibariyle teknoparkların son 20 yılda yarattığı ciro 85 milyar TL'ye ulaştı. Teknoparklar üzerinden yapılan ihracat ise 4,4 milyar TL olarak gerçekleşti. Türkiye'nin önde gelen teknoparklarının 2020 yılında yapacakları yatırımlar ve yurtdışına yönelik gerçekleştirecekleri projeleri araştırdık.

Hızla küreselleşen dünya ekonomisinden önemli bir pay almak isteyen ülkeler geleneksel üretimler yerine bilim ve teknoloji üretimlerine ciddi yatırımlar yapıyorlar. Bu kapsamda AR-GE faaliyetlerinin gerçekleştiği bilim parkları, teknoparklar ve inovasyon merkezleri de büyük bir önem kazanıyor. Temel amacı bünyesindeki bilgi tabanlı şirketlerin, yenilikçilik (inovasyon) ve rekabetçilik kültürünü destekleyerek toplumun zenginliğini artırmak olan teknoparklar; üniversiteler, AR-GE kuruluşları, firmalar ve pazar arasında bilgi ve teknoloji akışını yönetip ve teşvik ediyor. Barındırdıkları kuluçka merkezleri yardımıyla yenilikçi firmaların oluşmasını ve büyümesini de kolaylaştıran teknoparklar bu şirketlere yüksek kalitede mekânlar sağlamak ve katma değerli hizmetler sunuyor.

Inovatif bilginin ve iş fikirlerinin iş planlarına ve yüksek katma değerli ürün

Silikon Vadisi ile başladı

1 Dünyada teknopark faaliyetleri 1951 yılında Silikon Vadisi-Stanford Araştırma Parkı ile başladı.

2 Silikon Vadisi'nin başarısı ve yükselişi, ABD ve Avrupa'da 1970'li yıllarda teknopark faaliyetlerinin yayılmasına ve artmasına yol açtı, 70'lerin sonuna doğru Japonya da bu akıma katıldı. Bugün dünyada 1000'e yakın teknopark bulunuyor.

3 Teknoparkların yüzde 83'ü kar amacı gütmeyen yapılar olarak faaliyet gösteriyor. Bunların yüzde 62'si bünyesinde kuluçka birimi barındırıyor.

4 Teknoparkların yüzde 70'i kamu yatırımı ile kurulmuş durumda.

5 Teknokentlerde yer alan şirketlerin yüzde 26'sı bilişim teknolojilerinde, yüzde 20'si biyoteknolojide, yüzde 19'u elektronik, yüzde 8'i çevre, yüzde 6'sı ileri malzeme, yüzde 5'i kimya, yüzde 9'u tarım ve yüzde 7'si diğer sektörlerde faaliyet gösteriyor.

ve teknolojilere dönüştürülerek ticarileşmesini destekleyen teknoparklar, girişimcilik ekosisteminin en önemli parçaları. Teknoparklarla birlikte yatırım fonları, risk sermaye yapıları, mentörlük kavramı, kitle fonlaması, hızlandırıcıların da sayısı artıyor. Türkiye'de 85 adet teknoloji geliştirme bölgesi, başka bir ifadeyle teknopark bulunuyor. Bunların 67'si faaliyetlerine devam ederken, 18'inin de alt yapı çalışmaları devam ediyor. Bugüne kadar 84,8 milyar TL ciro gerçekleştirilen bu bölgelerden yapılan ihracat ise 4,4 milyar doları aştı. Biz de haberimizde Türkiye'nin önde gelen teknoparklarının 2020 yılında yapacakları yatırımlar ve yurtdışına yönelik gerçekleştirecekleri projeleri araştırdık.

DAHA FAZLA BAŞVURU

İTÜ ARI Teknokent bünyesinde yer alan 300'den fazla firma, 7 binden fazla



KAPAK KONUSU

Türkiye'de teknopark sayısı 85'e ulaştı

2. Dünya Savaşı'ndan sonra teknoparklar yayıldı. İlk teknopark 1952 yılında ABD'deki Silikon Vadisi'nde kuruldu. Aralarında Apple, Google, Facebook, HP, Cisco ve Tesla gibi şirketlerin bulunduğu Silikon Vadisi, 2016 yılı itibarıyla toplam değeri 1 trilyon doları bulan 30 bin firmaya ve 1.5 milyon çalışana ev sahipliği yapıyor. Türkiye'de ise ilk teknoloji merkezleri 1980'li yıllarda faaliyete geçti. Yasal düzenleme ise 2001 yılında yürürlüğe girdi. Türkiye'deki teknoloji geliştirme bölgeleri 2001 yılında 2 iken, bu sayı bugün 85'e ulaştı. Türkiye son yıllarda teknopark atağına geçti. Şu anda teknoparklarda 5 bin 443 firma faaliyet gösteriyor. Türkiye'nin teknoloji üslerinde tamamlanan Ar-Ge proje sayısı 33 bin 363'e ulaştı. Devam eden proje sayısı ise 9 bin 242. Firmaların gerçekleştirdiği toplam ürün ve hizmet satışı ise 85 milyar liraya yaklaştı. Toplam ihracat ise bugün 4,5 milyar dolar seviyelerinde.

Teknopark'a kabul nasıl sağlanır?

4691 sayılı kanunla kurulan Teknoparklara Ar-Ge, tasarım ve yazılım projesi olan girişimciler kabul ediliyor. Süreç, başvuru formunun girişimci firmaya iletilerek bilgilerinin alınması ile başlıyor, girişimcinin Teknopark'a davet edilmesi ile devam ediyor. Gebze OSB Teknopark Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) Direktörü olarak benim tarafından ön değerlendirme gerçekleştiriliyor. Ön değerlendirme toplantısında girişimciden geçmiş projeleri, Teknopark'ta gerçekleştirmeyi planladığı proje/projeleri, şahsın ve görevlendirilecek personelinin yetkinliklerini anlatması beklenir. Bu görüşmelerde hem Teknopark'ın genel yapısı hem Teknopark'ta bulunurken dikkat etmesi gereken konular hakkında bilgi aktarılır. Ön değerlendirme sonrası Teknopark'a kabulü uygun görülen girişimci firma, Girişimci Kabul Komisyonu'na davet edilir. Girişimci Kabul Komisyonu üyelerinin, firmanın Teknopark'a uygunluğunu tespitinin ardından girişimci firmaya GOSB Teknopark yerleşkesinde uygun ofislerde alan sağlanır.

park'ta 2019 yılında şirketlerin toplam cirosu 3 milyar TL'nin üzerinde gerçekleşti. 2019 yılında 300 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen Yıldız Teknopark'ın bu yılki hedefi ise 400 milyon doları aşmak. 4 bin 500 metrekarelik alanı ile şu an Türkiye'nin en büyük kuluçka merkezi olan Yıldız Kuluçka'da aktif olarak 135 start up firması faaliyetlerine devam ediyor. Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Maslak'ta yer alan toplam arazisinin bir bölümüne yapılacak ilave teknopark ile yeni işbirliklerine imkân sağlayacaklarını söyleyen Yıldız Teknopark Genel Müdürü Prof. Dr. Mesut Güner, "Türkiye'nin en iyi girişim dostu teknoparkı olmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Dünyadaki en yeni ve gelişime en açık trendler blok zinciri, nesnelere interneti ve yapay zeka. Biz de 2020'de bu alanlara yatırım yapmayı sürdüreceğiz" diyor.

KULUÇKA ÇEKİM MERKEZİ KURACAK

254 firma, 58 kuluçkaya ev sahipliği yapan Bilkent Cyberpark'ta toplam 4 bin 5 kişiye istihdam sağlanıyor. 2019'da 1 milyar TL'den fazla ciro yapan şirketler,

kişiyi istihdam sağlayarak, yılda 600'ün üzerinde proje geliştiriyor. İTÜ kampüsü içinde ve çevresindeki teknokent mevzuatına uygun binaları kiralarak büyümesi hedeflenen Teknokent için 2020'de Anadolu Yakası'nda da en az bir bina açarak şehrin karşı kıyısına geçilmesi planlanıyor. İTÜ ARI Teknokent Genel Müdürü Doç. Dr. Deniz Tunçalp, "İTÜ Tuzla Kampüsü yakınları ve Ataşehir semti muhtemel gelişme için incelediğimiz bölgeler. 2020 aynı zamanda bir süre önce açılan İTÜ KKTC'nin izinden İTÜ ARI Teknokent'i KKTC'ye taşıdığımız bir yıl da olabilir. 2020'de Big Bang ile daha fazla yatırımcının daha fazla yatırım yapması için çalışırken, programlarımız ve Big Bang Startup Challenge, daha fazla ülkeden daha fazla başvuru alacak" diye konuşuyor.

135 START UP FAALİYETTE

447 firmanın yer aldığı Yıldız Tekno-



60 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiler. Bu yıl, bireysel girişimci adaylarından start up firmalara, büyük firmalardan STK'lara kadar kurum ve paydaşın bir arada olabileceği, birbirlerini besleyebileceği bir kuluçka Çekim Merkezi kurulması hedefleniyor. Bu merkez ile girişimler arası etkileşimin, prototip sayısının, ticarileşme oranının ve üniversite-sanayi işbirliğinin de artırılması hedefleniyor. Yeni bir bina yatırımı ile kapasitenin artırılması planlanıyor.

YENİ MERKEZLER AÇILACAK

200 bin m²'lik alanda 302 yerli ve yabancı şirketin yer aldığı Teknopark İstanbul'da 5 bin 361 nitelikli AR-GE mühendisi çalışıyor. 2019 yılında şirketler 1,5 milyar TL ciro elde ettiler. 2020 yılında, 3'üncü etap yapılarından A Blok inşaatı tamamlanacak. 32 bin 407 m² alana sahip yeni binada, kuluçka merkezi ve AR-GE ofislerinin bulunduğu iki ayrı kanat yer alacak. Blok içerisinde kuluçka şirketlerinin kullanımına sunulmak üzere laboratuvarlar ve prototip atölyeleri tasarlandı. Teknopark İstanbul Genel Müdürü Bilal Topçu, "2020 yılının başlarında inşaatının tamamlanarak faaliyeti alınmasıyla birlikte yerleşkemizde istihdam ettiğimiz AR-GE mühendisi sayısı da artacak. Yeditepe Üniversitesi Ar-Ge Merkezi, Maltepe Üniversitesi Ar-Ge Merkezi, BASF İnovasyon Merkezi'nin de 2020 yılında açılacak" diye konuştu.

KAPASİTEYİ İKİ KATINA ÇIKARACAK

130'un üzerinde firmanın bulunduğu GOSB Teknopark bünyesinde bin 143 kişi istihdam ediliyor. Şirketler 2019 yılında 358 milyon TL ciro, 5 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiler. Hedef, genişleme çalışmaları ile 2023 yılına kadar toplam kapasiteyi iki katına çıkarmak. Anadolu'daki teknopark ve üniversitelerin, sanayinin kalbine ulaşacakları, yeni bir yaşam merkezi yatırım planlarının bulunduğunu söyleyen GOSB Teknopark Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) Direktörü Tolga Bildirici, ayrıca bölgedeki start up'lara destek verecek bir fon oluşturacaklarını da ifade ediyor.

Teknopark İstanbul yetenek avında

Şubat ayında Özbekistan ve Pakistan'da Türkiye'deki istihdam alanlarının yurt dışındaki gençlere aktarılması amacıyla düzenlenen etkinliklere katılan Teknopark İstanbul yetkilileri, global yetenekleri avlıyor. Yetkililer yakın zamanda aynı program çerçevesinde Almanya ve ABD'ye de giderek genç yeteneklere Teknopark İstanbul'da yer alan önemli şirketlerdeki istihdam olanaklarını anlatacak. Savunma sanayi, denizcilik, havacılık, uzay ve sağlık alanlarında ileri teknoloji geliştirmeleri yapan 300'ü aşkın yerli ve yabancı önemli şirketin yer aldığı Teknopark İstanbul, 2020 yılı sonuna kadar 4 bin nitelikli personeli daha kampüsünde ağırlayarak 9 bin nitelikli Ar-Ge mühendisine istihdam sağlama hedefiyle yoluna devam ediyor. 2030 yılında 1,5 milyon m² kapalı alanda 1000'i aşkın şirkete ulaşarak toplamda 43 bin nitelikli Ar-Ge mühendisine ev sahipliği yapmak isteyen Teknopark İstanbul, T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından düzenlenen ve 8 ülkeyi kapsayan TALENT For BIZ 2020'de genç yeteneklerle bir araya geliyor. Etkinlikte gelecek vaat eden ve yaratıcı fikirleri olan gençleri bünyesindeki firmalar ile tanıştırmaya hazırlanan Teknopark İstanbul, 3-4 Nisan'da Almanya/Köln'de ve 11 Nisan'da ABD/Boston'da düzenlenecek etkinliklere katılarak yetenek avını sürdürecektir.

En büyük 30 teknokent

Sıra	Teknopark
1	Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
2	ODTÜ Teknokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi
3	İTÜ Arı Teknokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi
4	Ankara Teknoloji Geliştirme Bölgesi
5	Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi
6	İstanbul Teknoloji Geliştirme Bölgesi
7	Erciyes Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
8	Batı Akdeniz Teknokenti Teknoloji Geliştirme Bölgesi
9	İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi
10	TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
11	Ankara Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
12	Gazi Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi
13	Trabzon Teknoloji Geliştirme Bölgesi
14	Sakarya Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
15	Samsun Teknoloji Geliştirme Bölgesi
16	Hacettepe Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
17	İstanbul Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
18	Ege Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi
19	Ankara Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi
20	GOSB Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi
21	Celal Bayar Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
22	Namık Kemal Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
23	Gaziantep Teknoloji Geliştirme Bölgesi
24	Selçuk Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
25	Dokuz Eylül Teknoloji Geliştirme Bölgesi
26	Ulutek Teknoloji Geliştirme Bölgesi
27	Konya Teknoloji Geliştirme Bölgesi
28	Fırat Teknoloji Geliştirme Bölgesi
29	Erzurum Teknoloji Geliştirme Bölgesi
30	Boğaziçi Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi

ETKİNLİK

Aram Ekin Duran / eduran@ekonomist.com.tr

“Yabancı ortak ile dünyaya açılacağız”

İstanbul, 21-22 Nisan 2020 tarihlerinde çok ilginç bir etkinliğe ev sahipliği yapacak. Avusturya’da ortaya çıkan ve “anti konferans” olarak anılan Fifteen Seconds Festival, İstanbul iş dünyası ve üniversite gençliği ile buluşacak. Etkinliğin Türkiye ayağını düzenleyen Manastır’ın kurucusu Muhammed Attila Sevim, festival ile tanıştıkları Avusturya merkezli Moodley Tasarım Grubu ile ortak olduklarını söylüyor. Sevim, “Yabancı ortağımızla dünyaya açılma hedefimiz var” diyor.

Avusturya’nın Graz şehrinde 2014 yılından bu yana düzenlenen ve şimdiye kadar 20 bine yakın ziyaretçi ağırlayan dünyanın tek “anti-konferansı” Fifteen Seconds Festival, 21-22 Nisan 2020 tarihlerinde Avusturya’dan sonra ilk kez İstanbul’dan dünyaya açılmaya hazırlanıyor. Bu alışılmadık iş ve deneyim festivalinde, Microsoft’un dijital projelerinin başındaki isim Umberto Callegari, IBM’in kurmuş olduğu Digital Makers Lab’in lideri Kei Shimada, The Walt Disney Company’nin başkan yardımcısı Scott Norville, Burberry’nin dijital ürün tasarımcısı Ines Jaibi ve İngiltere Kraliyet Binası’nda dersler veren dünyaca ünlü kimya profesörü Andrew Szydlo gibi isimler bulunuyor. Festivalin Türkiye ayağını organize eden Manastır şirketinin sahibi, genç girişimci Muhammed Attila Sevim ile festivali ve yeni dönem planlarını konuştuk. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

Sizi biraz tanıyalım... Manastır nasıl ortaya çıktı?

1986 Elazığ doğumluyum. 2005 yılında İstanbul’a geldim. Yıldız Teknik Üniversitesi(YTÜ) endüstri mühendisliğinde okudum. Sonra yüksek lisans, sonra da doktora yaptım. İşletme anabilim dalında stratejik yönetim doktora unvanı kazandım. Hep aklımda kendi şirketimi kurmak, girişimci olmak, küresel ölçekte çalışmak vardı. Önce Mercedes sonra Acıbadem’de çalıştım. 2011 yılının başında ise 1,5 yıl boyunca tam zamanlı rektör danışmanlığı yaptım. Kendi şirketime giden deneyimler burada başladı. Şirket ekibimizi de asistan öğrencilerle kurduk.



MUHAMMED ATILLA SEVİM



“Patron çağı bitti, lider çağındayız”

“Bana kalırsa artık patron, aile şirketi öldü. Bugün Facebook bir isimle eşleşiyor ama asıl gücü şirket ve çalışanları ile ortaklaştığından alıyor. Patron değil, paylaşılan birlikte geliştiren “Lider” çağına geçiyoruz. Örneğin; “Tesla” evet o bir lider ile öne çıkıyor ama çalışanları ile paylaştığı sürece var. Bu şekilde çok daha başarılı olacak. Robotların bu kadar geliştiği noktada ciddi yetenekleriniz, farklılıklarınız olmak zorunda. Belirli yeteneğin altında kalanlar yıkıcı inovasyonun altına ezilecek. Herkes kendi şirketinde çalışmak istiyor artık. Bu duyguyu insanlara vermeniz gerekiyor.”

Bilginin paylaşıldığı ortam manasında kullandığımız “Manastır”la deneyim tasarımı, interaktivite, inovasyon odaklı bir ekip olarak yoluna devam ediyor.

Deneyim tasarımı nedir?

Manastır üç ana alanda hizmet veriyor. İş dönüşümü, deneyim tasarımı ve interaktif dediğimiz dijital işler. Festival, zirve, kongre, fuar ve aklınıza gelen tüm etkinlikler deneyim tasarımı odaklı değişiyor. Artık öğrenmenin metodolojisi değişti. İnsanlar konferansta birileri konuşsun, not alalım istemiyor. Deneyim tasarımı üzerine kurulu yeni öğrenme biçimleri var. İnsanlara hem bir şeyler öğrenebileceği hem de deneyimleyerek zevk alacakları bir şey tasarlıyorsanız, adına ister fuar ister zirve deyin sahiden bir deneyim yaşatmış olursunuz ve sürdürülebilir bir başarı sağlarsınız. Katılımcıların eşsiz bir deneyim yaşamaları için, tasarım odaklı entegre çözüm ajanı olarak, müşterilerimize etkinlikleri konusunda stratejik seviyede çözümler önererek bütünsel hizmetler sunuyoruz.

Müşterilerinizin kimler ve nasıl bir ekibiniz var?

100’den fazla oldu. THY, Anadolu Isuzu,

Mercedes, BMC, Otokar... Diğer taraftan Dünya Kalp Federasyonu, UEFA, Türkiye Kalp Vakfı ile çalıştık. İBB ile çok uzun dönem, çok ciddi projeler yaptık. Bu bizim için çok önemli bir deneyimdi. Unesco ile proje gerçekleştirdik. Bizim şu an mevcut çekirdek ekibimiz 30 kişiden oluşuyor. Festival, zirve, konferans, çeşitli danışmanlık projeleri gibi işlerde takriben 300 kişilik bir ekibi yönetiyoruz. Ekibimizde yaş ortalamamız 27,2. Ayrıca çalışanlarımızın yüzde 80’i mühendis.

Uluslararası ortaklık nasıl gelişti?

Avusturya merkezli Moodley Tasarım Grubu, Unesco’nun Graz’daki ağının yürütmesini gerçekleştiren şirket. Birlikte Graz’da ortak tasarım haftası gerçekleştirdik. Bunu yaparken Fifteen Seconds’a katıldık. Festival’in bana yaşattığı deneyim daha öncekilerden tamamen farklıydı. Kasım 2019’da “biz ortak olmak istiyoruz İstanbul’da gördüğümüz pazar fırsatını sizinle değerlendirebiliriz” dediler. Şu anda hisse bazında ortağımız. 5 yıllık bir süreçte şirketin yüzde 50’sini almak gibi bir perspektifleri var. Ortak mutabakat sağladığımız metin bunun üzerine kurulu. Hedefimiz ortamızla birlikte dünyaya açılmak.

Fifteen Seconds’da neler göreceğiz?

Anti konferans formatındaki Fifteen Seconds Festival’i “Avrupa’nın lider inovasyon festivali” olarak tanımlıyoruz. Kapıdan girdiğiniz andan itibaren, sizi bambaşka bir format karşılıyor. En basiti Lütfi Kırdar’a bile ana giriş kapısından girmeyecekler. Farklılık içeriye adım attığınız andan itibaren başlıyor. En önemlisi; kurulacak network; insanlarla tanışması için her şeyi yapıyoruz. Top havuzlarının önünde sosyalleşmek için soru kartları, oyun alanları, deneyim alanında bir sürü aktivite ve daha pek çok şey... Yüze yakın uluslararası konuşmacı deneyimlerini aktarmak için İstanbul’a geliyor. Konuşmacılarla rahat diyalog kurmak için protokolü ortadan kaldırıyoruz. Konuşmacıyı arka kapıdan alıp, arka kapıdan göndermiyoruz. Helikopterle alıp sahne arkasından sokmuyoruz. Herkes gibi geliyor, kayıt yaptırıyor, boş bulunduğu sandalyeye oturuyor, deneyim alanını yaşıyor deneyimini aktarmak üzere yanınızdan sahneye çıkıyor. Bu zeminde konuşmacılarla güçlü bir network kurmanızı sağlıyoruz. Ayrıca deneyimi de geliştiriyoruz. Bizim konuşmacılarımızı sahneden moderatörümüzü dj’ler uğurluyor mesela. Eğlenceyle öğrenmeyi buluşturuyoruz yani.

2020'de 100 ülkeye ihracat yapacak

35 yıllık bir geçmişe sahip olan İskenderunlu Şampiyon Filtre, her türlü araç için yağ, yakıt, hava ve hidrolik filtre üretiyor. Üretimini yüzde 52'sini 89 ülkeye ihraç eden şirket bu yıl 100 ülkeye ulaşmayı planlıyor. Geçen yılı 100 milyon TL ciro ile kapatan Şampiyon, 2020'de ise yüzde 20 büyümeye hedefliyor.

Temelleri 1985 yılında Şahap Yılmaz tarafından İskenderun'da atılan Şampiyon Filtre; otomobil, minibüs, midibüs, otobüs, tarım ve iş makineleri, kamyon, çekici off road makine ve ekipmanlar ile çalışan her türlü sıvı ve hava filtrelendirme gruplarına yağ, yakıt, hava ve hidrolik filtre üretiyor. İskenderun Organize Sanayi Bölgesi'nde 16 bin metrekarelik kapalı alanda bulunan üretim tesisi, aylık 600 bin adetlik üretim kapasitesine sahip. İç piyasa satış, pazarlama ve dış ticaret faaliyetlerini İstanbul'da yürüten şirket, yaklaşık 3 bin 500 ürün çeşidine sahip. Bugün 89 ülkeye ihracat da yaptıklarını belirten şirketin ikinci kuşak temsilcisi Selahattin Yılmaz, "89 ülkede dakikada 12 adet ürün satan bir firma konumundayız. Üretimimizin yüzde 52'sini ihraç ediyoruz. Bu yıl ihracat yaptığımız ülke sayısını 100'e çıkaracağız" diyor. Geçen yılı 100 milyon TL ve üzeri ciro ile kapattıklarını ifade eden Yılmaz, bu yılda geçmiş yıllarda olduğu gibi en az yüzde 20 oranında büyümeyi hedeflediklerini söylüyor.

Sektöründeki tek AR-GE merkezi

Şampiyon Filtre, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından filtre sektöründe ilk ve tek AR-GE merkezi olarak tescil edilmiş durumda. 2018 yılı içerisinde 12 projeyi tamamlayan şirket, geçen yıl da 15 aktif projesiyle son tüketiciye inovatif hizmetler sunmayı sürdürdü. AR-GE ve Kalite Güvence departmanlarında 10 kişinin üstünde bir ekipleri bulunduğunu söyleyen Selahattin Yılmaz, "Patentli ürününüz henüz yok ancak çalıştığımız motor üreticilerinin onaylı tedarikçi listelerinde yer alıyoruz. Henüz bir çözüm ortaklığı talebi oluşmadı. Ancak başta yerli otomobilimiz için ilk patentli ürünümüzü derhal devreye almaya hazırız" diye ekliyor.

İlk 10 üreticiden

Şampiyon Filtre bugün 450 kişiye istihdam sağlıyor. Büyüme trendini sürdürerek, 2023 yılında yaklaşık bin kişiye doğrudan istihdam yaratmayı hedefleyen şirket, bu yönde yatırımlarına devam ediyor. Portföyünde; yakıt filtreleri, yağ filtreleri, hidrolik filtreler, hava filtreleri ve madeni yağ satışı olmak üzere 3 bin 500 çeşit ürün bulunuyor. Selahattin Yılmaz, otomotiv ana sanayi ve aftermarket için arz - talep dengesine göre mevcut üretimlerinin aylık 600 bin adet olduğunu, üretim kapasitelerinin ise aylık 1 milyon adede kadar çıkabileceğini belirtiyor. İskenderun





SELAHATTİN YILMAZ

Sarısıki Organize Sanayi Bölgesi'nde 16 bin metrekarelik kapalı tesislerinde üretim gerçekleştirdiklerini söyleyen Selahattin Yılmaz, "Türkiye, Ortadoğu, Afrika'daki ilk 5 fabrikadan ve Avrupa'yı dahil edersek ilk 10 üreticiden bir tanesiyiz" diye ekliyor.

İki strateji

Şirketin direk satışlar, yetkili satıcılar ve distribütör satış kanallarında toplam 450'yi aşkın iç piyasa müşterileri mevcut. 1985 yılından bu yana ihracat da yapan şirket, 1998 yılından itibaren de profesyonel anlamda ilk dış ticaret departmanını oluşturmak üzere aksiyon aldı. Dış pazarlamada iki temel strateji izlediklerini dile getiren Selahattin Yılmaz, şöyle devam ediyor: "Birincisi, ihracat yaptığımız ülke sayısını artırmaya yönelik... Özellikle 2008 mali krizi ile birlikte birçok işletme gibi biz de gördük ki, belli bir bölgeye odaklanmak riskli. Biz öncesinde de bu

riskin bilincinde hareket ederek sadece Avrupa'ya ya da sadece Ortadoğu ülkelerine yönelmekle yetinmedik. 2008 öncesinden de Türk Cumhuriyetleri, Ortadoğu ülkeleri, Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika ülkeleriyle riski yaymıştık. Bu nedenle 2008 krizi, ardından Ortadoğu'da yaşanan siyasi çalkantılar, ihracatımızda çok ciddi riskler doğurmadı."



Şirket bu çerçevede söz konusu bölgelerde, daha çok sayıda ülkede ürünlerini pazarlanmasını sağlamaya çalışıyor. İkinci strateji ise, her bir ülkedeki ihracatını artırmaya yönelik. Bu konuda da potansiyeli yüksek hedef pazarlarında, temsilci ve distribütörlerle çalışarak pazarlama faaliyetlerini yoğunlaştırıyor. Uzun vadede o pazarlarda kalıcı olmayı hedefliyor.

İhracatın payı artacak

İlk ihracatını Sudan'a yapan şirket bugün üretiminin yüzde 52'sini ihraç ediyor. Bu oranı önümüzdeki yıllarda daha da artırmayı planlıyor. Aralarında Almanya'dan Brezilya'ya, Katar'dan Mariutus'a Angola'ya kadar pek çok ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Selahattin Yılmaz, bugün 10 milyon dolar olan ihracatlarını döviz bazında her yıl yüzde 12 artırmayı hedeflediklerini söylüyor. Selahattin Yılmaz, şunları anlatıyor: "Aşağı yukarı bu pazarlar içinde ilk 20 ülke ile ihracatımızın yüzde 60'ını gerçekleştiriyoruz. 3 bin 500 adet ürünümüz var ve bu ürünlerin tamamını kendimiz üretiyoruz. Alt tedarikçileri kullanmıyoruz. Mesela kendi bünyemizde matbaamız var. Kendi tutkalmızı kendimiz yapıyoruz. Yan kuruluşlarımız var. Dışarıya olabildiğince az bağımlı çalışıyoruz."

Yeni yatırım

Şirket yatırımlarını da sürdürüyor. Bir yandan kalite geliştirme çalışmalarına diğer yandan da verimlilik yükseltmeye yönelik teknoloji yatırımlarına devam ediyor. Mevcut fabrikalarının fiziki anlamda büyümesinin mümkün olmadığını söyleyen Selahattin Yılmaz, o nedenle Hatay Osmaniye'de 81 bin metrekarelik bir fabrika sahası satın aldıklarını belirtiyor. Selahattin Yılmaz, "Mevcut üretim tesisimize ek olarak yeni üretim tesisimizi projelendiriyoruz. 10 milyon TL'nin üzerinde bir tarımı olacak. Yeni tesisimizin inşaatına 2021 yılında başlamayı ümit ediyoruz. Bu tesisin 2023 yılında devreye girmesini planlarken, burada yıllık 15 milyon adetlik üretim planlıyoruz. Bu kapsamda yıllık en az 10 ila 15 büyüme öngörülerimize göre aksiyon alıyoruz. Hedefimiz, bu yıl ürünlerimizi 100 ülkeye ihraç etmek" diye anlatıyor.

Zengin turistleri Türkiye'yle tanıştırıyor

Turizmden daha yüksek gelir elde etmenin yolu üst gelir grubu turiste hitap edebilmekten geçiyor. Ancak Türkiye hala bu konuda yeterince yol almayı başaramadı. 33 yıllık turizmci Adviye Bergemann'ın kurduğu LuxinTurkey platformu, Türkiye'yi yurt dışına lüks turizmi kapsamında daha fazla tanıtmayı ve dünyanın üst gelir grubuna sahip turistlerini ülkemize çekmeyi amaçlıyor.

Dünyadaki lüks seyahat ve konaklama pazarının büyüklüğü 350 milyar Euro'ya ulaştı. Seyahat eden 750 milyon turistin yüzde 3'ünü lüks seyahat edenler oluşturuyor. Bu kesim dünya servetinin yüzde 25'ini elinde bulunduruyor. Sayıları 25 milyon civarında olan lüks gezginlerden Türkiye'nin aldığı pay ise ne yazık ki çok düşük. Aida Turizm Yönetim Kurulu Başkanı ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Derneği (USTUD) Başkanı Adviye Bergemann tarafından 5 yıl önce hayata geçirilen LuxinTurkey platformu, Türkiye'yi yurt dışına lüks turizmi kapsamında daha fazla tanıtmayı ve dünyanın üst gelir grubuna sahip turistlerini ülkemize çekmeyi amaçlıyor.

Adviye Bergemann Türkiye'ye katma değeri yüksek turisti getirmek ve bu turistlerin ülkemizde daha fazla para harcamasını sağlamak amacıyla çalışmalarını sürdürüyor. 17 yıl önce Türkiye'de lüks turizmi başlatmak amacıyla Aida Turizm şirketini kuran ve 33

yıldır turizm sektörünün içinde olan Adviye Bergemann, LuxinTurkey platformunu oluşturdu. Bergemann, bu platform ile ülkemizi yurtdışında lüks turizmi kapsamında tanıtmayı, gelir ve harcama düzeyi yüksek daha fazla turisti ülkemize çekebilme-yi amaçlıyor.

Doğru stratejinin önemi

Lüks turizmde Türkiye, Rusya, Kazakistan ve Rusça konuşan ülkeler ile Avrupa ve Güney Amerika'dan çok talep alıyor. Özellikle de son yıllarda yükselen trend Çin ön plana çıkıyor.

Günlük harcama kapasitesi bin dolar ve üzerinde olan kişiler lüks turist kapsamına giriyor. Türkiye'nin turist başına elde ettiği gelirin ise 650 dolar civarında olduğunu söyleyen Bergemann, "Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı Turizm Strateji Planı'nda, 2023 yılı için 75 milyon turist, 65 milyar dolar girdi hedefleniyor. Hesaplandığında tu-

rist başı gelirin 866 dolar gibi bir rakama te-kabül ettiğini görüyoruz. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı ista-tistiğe göre dünya turizm girdisi ortalama kişi başı 1032 dolar. Ortalama böyle iken bi-zim 866 dolar hedeflememiz üzücü" diyor.

Akdeniz'de en büyük rakibimiz İspanya. İspanya'da bu rakamlar 1100 doların üstünde, yani biz en yakın rakibimizden oldukça düşük, neredeyse yarısı bir turizm gelirine sahibiz. Daha da enteresani, İspanya'daki 5 yıldızlı otel sayısı sadece Antalya'daki 5 yıldızlı otel sayısının yarısı kadar. Oysa ülkemizin kaynakları çok zengin.

Doğru strateji ve pazarlama ile ülkemize katma değeri yüksek turisti getirilebileceğine dikkat çeken Bergemann, şunları söylüyor: "Kişi başı girdinin en az bin dolar olması gerektiğini düşünüyorum. Başkanı olduğum Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Derneği ve LuxinTurkey platformu ile Türkiye'yi lüks anlamda daha çok tanıtmak ve bu bağlamda daha fazla turisti de Türkiye'ye çekmek üzerine çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Paydaşlar el ele verdiğinde çok daha fazla ses getiren organizasyonlar ve faaliyetler yapabiliyorsunuz."

Artemis Tapınağı'na destek

USTUD olarak dünyanın 7 harikasıdan biri olan Artemis Tapınağı'na ilgiyi çekmek

Davos Zirvesi'nde konuştu

Bu yıl düzenlenen Davos Zirvesi'ne katılan Adviye Bergemann, iki farklı panelde konuşmacı olarak yer aldı. Kadın Liderler Panelinde ABD, İngiltere, İsviçre, Rusya, Mısır, Ürdün gibi ülkelerin kadın liderleri arasında konuşma yaparak katılımcılara Anadolu coğrafyasında kadının gücünü ve değerini aktardı. Eko Turizm panelinde ise turizm sektörünü değerlendirerek diğer ülkeler için Türk turizminin güzel örnekler teşkil ettiğini anlattı.



ADVİE BERGEMANN

ve böylesine eşsiz bir yapının bu topraklarda olduğunun altını çizmek amacıyla bir proje de başlatıldı. Bu yılın Mayıs ayında Efes Antik Kenti'nde gerçekleştirilecek gala yemeği ile Artemis Tapınağı'nın çevre düzenlenmesi ve dünya standartlarında bir ziyaretçi merkezine kavuşması için fon sağlanacak.

Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Derneği (USTUD) ülkemizin turizmden daha fazla gelir sağlaması için katma değeri yüksek turizmi desteklemek ve ön plana çıkartacak çalışmalar gerçekleştirmek amacıyla kurulan bir dernek. Türkiye için sürdürülebilir turizmin tanımını yapmak ve bu konuda turizm profesyonelleri, yerel yönetimler ve yöneticileri ile kamuoyuyla işbirliği yapmak üzere çalışmalar gerçekleştiriyor. Lüks turizm faaliyetlerinin etkinleştirilmesi, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi amacıyla araştırmalar yapılması ve yaptırılması üzerine çalışmalar düzenliyor. Yerel yönetimlerle iş birliği yaparak bölge halkının sürdürülebilir turizm bilincine sahip olmasını sağlamak; halkın aktif katılımını ve turizmden daha fazla pay almasını sağlayacak projeler geliştirmek de çalışma alanları arasında yer alıyor. Ev pansiyonculuğu, tarım temalı turlar, yerel lezzetler, yöreye ait geleneksel sanat atölyeleri bunlar arasında sayılıyor.

Tüks turizmi başlattı

Aida Turizm ile Türkiye'de Lüks Turizmi ilk kez başlatan isimlerden olan Advie Bergemann, ülkemizin sayılı lüks destinasyonlar arasında yer alabilmesi için dört yıldır LuxinTurkey "The Finest Collection" organizasyonunu da gerçekleştiriyor. Aida Turizm ile yaklaşık 20 yıldır dünyanın en zenginlerini, önemli ailelerini ve kraliyet mensuplarını ağırlıyor. Bu kesime unutulmaz deneyimler sunulduğunda Türkiye'den ne kadar etkilediklerini ve gönüllü elçiler haline dönüştüklerini fark eden Bergemann, LuxinTurkey "The Finest Collection" platformunu da 2015 yılında bu amaçla hayata geçirdi. Dünyanın üst gelir grubuna sahip turistleri ülkemize çekmeyi amaçlayan LuxinTurkey "The Finest Collection", dünyanın lüks seyahat konusunda ki en büyük 300 seyahat acentesi ve yöneticisini ağırlıyor. Davet edilen VIP-TOP Buyer'ların ortalama yıllık bütçeleri 5,1 milyon dolar ve toplamda 1,5 milyar dolar seviyesinde.

'Garaj Sepeti' ile 20 bin KOBİ'ye ulaşacak

Kullanıcıların ikinci el araçlara, tamircilere, oto kuaförlere ve ekspertiz noktalarına kolayca ulaşmalarını sağlayan dijital platform Garaj Sepeti, kuruluşundan bu yana geçen 2,5 yılda otomotiv ekosistemindeki 5 bini aşkın KOBİ'nin üye olduğu dev bir mecraya dönüştü. Garaj Sepeti CEO'su Mehmet Çelikkol, "Tamir, kuaför gibi KOBİ'lerle birlikte 300 bine yakın KOBİ'nin orta vadede 20 binini dijitalleştirmeyi hedefliyoruz" diyor.

Türkiye'de otomotiv ekosisteminin dijitalleşmesine öncülük etmek amacıyla 2017 yılının Şubat ayında bir grup girişimci tarafından kurulan Garaj Sepeti, oto galeri, oto tamir, oto kuaför, oto ekspertiz gibi işletmelerin dijital ortamda kendilerini tanıtmalarını sağlayan bir platform. Mehmet Çelikkol liderliğinde Engin Öz, Burhan Işık, Serdar Temel, Emrah Şener ve Çiğdem Dalyan tarafından kurulan Garaj Sepeti, hem işletmelerin hem de tüketicilerin hayatını kolaylaştıracak çeşitli teknolojiler ve ürünler geliştiriyor. Kullanıcıların ikinci el araçlara, tamircilere, oto kuaförlere ve ekspertiz noktalarına kolayca ulaşmalarına; onlara anlık mesajlaşma ile sorular sorabilmelerine ve rezervasyon yapabilmelerine aracı olan şirket, 'Garaj Kit' ürünleri ve 'Garaj Life' içerikleriyle araç sahiplerine ve sürücülere destekliyor.

"Hedef 20 bin KOBİ"

Şehirlerarası bir yolda arabasının lastiğinin patlaması sonrasında yaşadığı sıkıntılardan hareketle Türkiye otomotiv pazarındaki dijitalleşme ihtiyacının farkına vardığını anlatan Garaj Sepeti CEO'su Mehmet Çelikkol, "Garaj Sepeti KOBİ ürünleri otomotiv sektöründeki işyerlerinin internette dükkan açmak, haritalara entegre olmak, Facebook-Google reklamları vermek gibi pek çok dijital ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlıyor. Bu işyerleri ile de Taşit.com, Araba.com platformlarında sürücüler ile buluşturuyor" diye konuşuyor. Türkiye'deki oto-

"Yurtdışında öncü olabiliriz"

Türkiye'nin internetin yaşattığı değişim açısından bölgesinde öncü bir ülke olduğunu vurgulayan Mehmet Çelikkol, şöyle konuşuyor: "Toplumumuzun dijital dünyaya adaptasyonunu Avrupa'nın bile ötesinde görüyorum. Balkanlar, Karadeniz'in kuzeyi, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'ya bakarsak Türkiye bu bölgede dijital dönüşümde önde giden ülkelerden. Bu ülkelerdeki internet hizmetlerini ve dönüşümü yakından inceledik ve otomotivde Türkiye'den çıkan bir platformun bölgeye öncülük yapacağını görüyoruz. Yemek Sepeti'nin Arnavutluk'tan Rusya'ya hatta Suudi Arabistan'a uzanan hikayesinin benzerinin Garaj Sepeti ile yaşanacağını düşünüyoruz."



MEHMET ÇELİKKOL

motiv ekosisteminde 30 bine yakın oto galeri bulunduğunu, Garaj Sepeti'nin bir yıl gibi kısa bir sürede yaklaşık 5 bin KOBİ üyeye sahip olduğunu kaydeden Çelikkol, "Tamir, kuaför gibi KOBİ'lerle birlikte 300 bine yakın KOBİ'nin orta vadede 20 binini dijitalleştirmeyi hedefliyoruz" diyor. Kurulduktan sonraki bir yıl içinde Türkiye'nin önemli yatırımcılarından dört yatırım aldıklarını ve sektörün önde gelen üç oyuncularından Tasit.com, Datamotiv ve Araba.com'u satın aldıklarını dile getiren Mehmet Çelikkol, "KOBİ'ler için geliştirdiğimiz ürünümüzle pazar lideri olduk. Veri çözümlerimiz ile bu alanda otomotiv sektörüne en geniş veri hizmetini sunar hale geldik. Alanında uzman iş arkadaşlarımızı sektörün önemli oyuncularından transfer ettik" şeklinde konuşuyor.

CloudTalk iki ülkeye daha açılıyor

Bulut bilişimin güçlü şirketleri, CloudTalk konferansıyla 21 Nisan'da İstanbul'da bir araya gelmeye hazırlanıyor. Türkiye'yi bulut bilişimin merkezi yapmayı hedefleyen CloudTalk organizasyonu çıkış noktası olan İstanbul'un ardından bu yıl Fas ve Lübnan'a da taşınacak.

Pazar büyüklüğü 45 milyar TL'ye dayanan bilgi teknolojileri sektörünün en hızlı büyüyen ayaklarından biri olan bulut bilişimde dünya devleri İstanbul'a geliyor. Bu yıl üçüncüsü düzenlenecek CloudTalk etkinliği globalden güçlü şirketlerin katılımıyla 21 Nisan'da İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek. 15 ülkeden 400'ü global olmak üzere 2 binin üzerinde katılımcı beklenen organizasyonda Microsoft, Google Cloud, Amazon Web Services, IBM, Veeam, DE-CIX gibi dünyanın önde gelen cloud servis sağlayıcıların yanı sıra BulutBroker, Bulutistan, Logosoft gibi firmalar yer alacak. İstanbul'un ardından ekim ayında Fas, kasımda ise Lübnan'a bu etkinliği taşıyacaklarını anlatan CloudTalk Global Kurucusu Burcak Yapağcıoğlu, ana hedeflerinin İstanbul'u bulut bilişimde merkez yapmak olduğunu söylüyor.

Hedef global olmak

CloudTalk Global-2020, sadece Türkiye için değil; Azerbaycan, Rusya, Ukrayna, Belarus, Bosna Hersek, Arnavutluk gibi pek çok bölge ülkesi için de büyük bir fırsat. CloudTalk'ın bölgede bulut odaklı ilk ve tek etkinlik olduğunu ve Avrasya'nın en büyük cloud teknolojileri organizasyonu olduğunu belirten Yapağcıoğlu, Fas ve Lübnan'ın ardından önümüzdeki yıl farklı ülkelerde de bu organizasyonu gerçekleştirmek istediklerini söylüyor. İstanbul'da yapılacak konferansa katılacak ABD ve Batı Avrupa merkezli teknoloji şirketlerine Türkiye'nin bulut bilişimde bölgenin ihtiyaçlarını anlayan, ma-

Sektör 50 milyar TL'ye koşuyor

Türkiye'deki şirketlerin yüzde 34'ü bulut bilişim servislerini kullanıyor. Türkiye'de bilişim sektörü her geçen yıl ciddi bir büyüme kaydediyor. 2014 yılında 22,1 Milyar TL olan bilgi teknolojileri sektörünün pazar büyüklüğü, bugün 45 milyar TL'yi aştı. Son 5 yılda yüzde 100'ün üzerinde büyüme gösteren sektörde donanım harcamaları 17,1 milyar TL, yazılım harcamaları ise 18,3 milyar TL ve hizmet harcamaları 9,4 Milyar TL olarak öne çıkıyor. Teknokent sayısı bugün 81'e, çalışan sayısı ise 51 bin 574'e yükseldi. Bilgi teknolojileri ihracatı ise 1 milyar dolar seviyesinde.



BURCAK YAPAĞCIĞLI

liyet avantajı ve AR-GE kabiliyetiyle global rakipleri arasındaki farkları hızla kapattığına dikkat çekmek istediklerini aktaran Yapağcıoğlu,

"Türkiye'nin, bölge ülkeleri için de hem bir çözüm ortağı hem de alternatif pazar olma potansiyelini ön plana çıkaracağız" diyor.

İstanbul merkez olabilir

Burcak Yapağcıoğlu, konferansa üst düzey IT yöneticileri, IT danışmanları, network yöneticileri, sistem yöneticileri, veri merkezi uzmanları, bulut mimarları, güvenlik yöneticileri, geliştiriciler ve ürün yöneticilerinin katılacağını aktarıyor. Konferansta bulut teknolojilerinin tüm sektörlerde etkisi ve özellikle uluslararası projelerde bulutun sağladığı verinin öneminin ele alınacağını kaydeden Yapağcıoğlu sözlerine şöyle devam ediyor: "Singapur bugün nasıl bir finans merkezi olduysa, Dubai bugün IT etkinlerinin merkezi konumuna nasıl geldiye, İstanbul'u da bulut bilişimin merkezi yapabilir miyiz? diye düşündük. Düzenlediğimiz organizasyonun gelirlerinde global katılımcıların payı yüzde 70 civarında. Bu da gösteriyor ki globalleşme potansiyeli yüksek bir organizasyon."



“Franchise ile 3 yılda 55 restoran açacağız”

İlk şubelerini 2003 yılında Bakırköy Carousel Alışveriş Merkezi'nde açan Cafe Italiano, yeni konsepti ile franchise atağına kalkmaya hazırlanıyor. Ocak 2020 itibariyle franchise vermeye başlayan marka, 3 yıl içinde 55 yeni restoran açmayı hedefliyor. Cafe Italiano kurucusu Oğuz Şenol, “2020 yılında 10 yeni şube açmayı planlıyoruz. Adana, Ankara, Antalya, Bursa, İstanbul, İzmir, Mersin ve Trabzon hedef kentlerimiz. Yurtdışında ise Avrupa ve Orta Doğu ilgilendiğimiz coğrafyalar” diyor.



OĞUZ ŞENOL

Global Restoran Grup bünyesinde 2003 yılında açılan Cafe Italiano, 16 yıldır İstanbul'da 2,5 milyon misafir ağırlayan köklü bir markaya dönüştü. Nisan 2019'da Şişli'de yeni bir restoran açan Cafe Italiano, 2020 ile birlikte franchise atağına kalkıyor. Kendi işini kurmak isteyenlere cazip franchise fırsatları sunacaklarını vurgulayan Cafe Italiano kurucusu Oğuz Şenol, franchise şartlarını ve yeni dönem hedeflerini KOBİ Girişim'e anlattı. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

“Cafe Italiano” konsepti nasıl doğdu?

Restoranlar, cafeler ya da kahvehaneler aslında halkın farklı bir tat almak için bulunduğu kamusal alanlar. Dolayısıyla dinamikleri toplumun hareketleriyle eş güdümlü olmalı. Biz konseptimizi geliştirirken insanların satın alma alışkanlıkları ve harcama güçlerini dikkate aldık. Gözlemlerimiz sırasında fark ettik ki dışarıda ailesi ya da dostlarıyla yemek yemek isteyen birinin önüne sadece iki seçenek çıkıyor. Ya ekonomik olarak gerçekten pahalı hizmet sunan restoran veya cafe bistroları tercih edecek ya da fast food kanalına yönelecek. Yani iki segment arasındaki “mezo” - orta alanda müşteriyi memnun edecek bir işletme stili yok. İşte Cafe Italiano bu “mezo - restoran” fikrinden ortaya çıktı ve mevcut bu boşluğu doldurdu. Kaliteli lezzetleri, erişilebilir fiyatlarla res-

toran kalitesinde tüketicilere sunuyoruz.

“Mezo - Restoran” nedir? Cafe Italiano bu alanı nasıl yarattı?

Bu sektörde 25 yıldır edindiğim tecrübelerin ortalaması dediğim bu konsept aslında Türkiye’de restoran işletmeciliği sınırlarının arasında yeni bir vaha yaratıyor. Bildiğiniz üzere “meso”, Türkçesi “mezo” orta/ara anlamına gelir. “Mezopotamya - Mezoamerika” kulağımızın aşına olduğu terimler. Aynı zamanda bereketli, medeniyetin doğduğu toprakları da simgeliyorlar. İşte mezo - restoran da son derece kaliteli bir hizmeti erişebilir fiyatlara sunduğu için hem tüketici hem de yatırımcı gözünde bir vaha.

Cafe Italiano ne zaman kuruldu?

Cafe Italiano’nun ilk şubesi 2003 yılında Bakırköy Carousel Alışveriş Merkezi’nde açıldı. Sonrasında 2005 yılında markamızın asıl duyulmasına sebep olan ve halen gününde 300’ü aşkın konduğu ağırladığımız Taksim şubemiz geldi. Cafe Italiano konseptini yeni formatıyla 2019’un Nisan ayında Şişli şubemizle açtık.

Yeni format hakkında bilgi verebilir misiniz?

Şişli şubemiz ile başlattığımız bu konsept çok daha kompakt ama kaliteden ödün vermeyen bir anlayışı temsil ediyor. Taksim şubedeki müşterilerimiz alışkın olduğu menümüzü yeni konseptimizde biraz daha sadeleştirdik. Bar konseptini personel sayısını minimize etmek adına kaldırdık. Menüdeki alkol çeşitlerini sınırlandırdık. Dekorasyondan altyapıya kadar tüm noktalardaki maliyetleri, kalitemizi koruyarak sadece sadeleşme ile düşürdük. Dünyanın herhangi bir köşesinde hızla açılacak bir model ortaya çıkarttık. Aslında yatırımcılara sunduğumuz bu yeni tarz “Maliyetleri minimize ederek nasıl kazançlı bir model yaratır?” sorusunun cevabı. Bundan sonraki hedefimiz ise lezzetlerimizi ve konseptimizi daha geniş kitlelere yaymak.

2020 büyüme hedefiniz nedir?

2020 Ocak ayı itibarıyla başlattığımız franchise sistemimizin yatırımcılar tarafından ilgiyle karşılanacağına inanıyoruz. Sunduğumuz yatırım ve kazanç fırsatlarıyla 2020 yılında 10 yeni şube açmayı planlıyoruz. İlk etapta nüfusun daha yoğun olduğu, dışarı-



Sistemin yatırım maliyeti nedir?

“25 bin Euro isim hakkı bedelimiz var. Ortalama 150 metrekare bir dükkanın anahtar teslim maliyeti ise 67 bin Euro. 90 - 250 metrekare arasında değişen şubelerimizde 9 personel görev alıyor. Tercihen merkezi noktalarda bulunması, ön cephesinin en az 5 metre olması bizim için öne çıkan kriterler.”

da yemek yeme kültürünün oturduğu büyük kentlere yöneleceğiz. Adana, Ankara, Antalya, Bursa, İstanbul, İzmir, Mersin ve Trabzon hedef kentlerimiz. Ama arzumuz lezzetlerimizi tüm Türkiye’ye ulaştırmak. Yurtdışında ise Avrupa ve Orta Doğu ilgilendiğimiz coğrafyalar. Bu bölgelerde yatırımcılarla temas halindeyiz. Ancak net bir tarih vermek için henüz erken. Hem Türkiye’de hem de yurt dışında toplam 55 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz. Bu şubelerin beş tanesi merkeze bağlı olacak.

Sistemin yatırımcılar için öne çıkan avantajı nedir?

Yatırımcılara sunduğumuz temel fayda maliyet avantajı. Food Cost (Gıda Maliyeti) ve açılış maliyetlerini olabildiğince düşük tutmaya çalıştık. İnşaat giderlerinden demirbaş parkuruna kadar en uygun ve işlevsel seçenekleri belirledik. Böylece yatırım maliyetini minimize ettik. Ama sistemin asıl avantajı; yatırımın geri dönüşünün 14 ila 18 ay arasında olması.

Franchising süreci nasıl işliyor?

Adaylar başvuru yaptıktan sonra kendilerine doldurmaları için özel bir form yolluyoruz. Ardından uygun adayları ikinci görüşmeye davet ediyoruz. Bu görüşmede yatırım detaylarını kendileri ile paylaşıyoruz. Şayet karşılıklı anlaşma sağlarsa ön protokol yaparak süreci başlatıyoruz. Eğer mekan belli ise hemen sözleşmeyi yapıyoruz. Aksi durumda yer netleştikten sonra sözleşme aşamasını tamamlıyoruz. Sonrasında inşaat sürecimiz başlıyor eş zamanlı personel eğitimi/alımı işlemleri devam ediyor ve toplamda 3 ila 5 hafta arasında şubemizi açıyoruz.

Yatırımcılara sunduğunuz en büyük destek nedir?

Girişimciler başvuru yaptıkları andan itibaren lokasyon seçimi, eğitim, kiralama, dekorasyon, lojistik vb. konularda profesyonel bir kadronun desteğini almaya başlıyor. Sunduğumuz bu destek sayesinde dört ila altı hafta arasında şubeyi açabiliyoruz. Ayrıca merkez mutfağımızda şube personeline yönelik özel eğitimler de düzenliyoruz. Mutfakta görev alacak aşçıları iki hafta süren özel bir İtalyan Mutfak eğitimi düzenliyoruz. Ürünlerin en doğru şekilde nasıl hazırlanacağını anlatıyoruz. Tüm servis elemanları için de bir haftalık özel bir eğitim düzenliyoruz. Ama yatırımcılara sunduğumuz en büyük destek, 25 yıllık tecrübe ve güçlü bağlantılarımızdan kaynaklanan “food cost” avantajı. Tedarikçilerden aldığımız tüm indirim yüzdesini olduğu gibi bayağı yansıtıyoruz. Böylece yatırımcı işe kazançlı başlamış oluyor.

Yeni havalimanı ile cirosunu katladı

Girişimci Güneş Mutlu Mavituncalılar'ın 11 yıl önce kurduğu çanta markası Mehry Mu bugün, dünyanın en büyük satış kanallarının yanı sıra Paris'ten Tokyo'ya, Londra'dan New York'a kadar pek çok noktada satılıyor. İstanbul Havalimanı'nda ilk mağazasını açan marka, yurtdışında da havalimanlarında mağazalaşmayı planlıyor.

Pek çok kadın gibi onun da çanta tutkusu vardı. Neredeyse tüm maaşını yatıracak kadar çok seviyordu çantaları...Ancak bir gün bu aksesuarla ilgili bir iş yapacağını hiç düşünmemişti.

Mehry Mu markasının yaratıcısı girişimci Güneş Mutlu Mavituncalılar'dan bahsediyoruz. Robert Koleji'nden mezun olduktan sonra Amerika'da Franklin and Marshall College'da psikoloji eğitimini tamamlayan Mavituncalılar, eğitim hayatından sonra profesyonel iş hayatına atıldı. Kendi işini kurmayı seçti. İlk girişimi ise bir e-ticaret sitesi kurmak oldu. 10 yıl önce hayata geçirdiği online alışveriş sitesinde 100'a yakın markanın tasarım ürünlerinin satışını yapıyordu. O dönemde ürün karmasında hiç çantanın bulunmadığını fark etti. Hem feminen, hem vintage havası olan hem de üst segmentin biraz altında fiyatlandırılabileceği çantalara ilginin olduğunu gözlemliyordu. Bu çizgide, el yapımı çantalar üretmeye karar verdi. Aslında, alışveriş sitesindeki çanta boşluğunu doldurmak için yola çıkmıştı. Ancak zamanla işin boyutu değişti. 'Mehry Mu' markalı çantalarına olan ilgi her geçen yıl arttı.

Bugün gelinen noktada dünyanın en büyük satış kanalları Farfetch.com, netaporter.com'un yanı sıra Paris'te Le Bon Marché, Londra'da Harvey Nichols, New York'ta Bergdorf Goodman'larda Türkiye'de ise Beymen'de satılan marka, toptan satışın ya-

Girişimcilere tavsiyeler

- Başucunda, elinin altında hep 3-4 biyografi olsun. Kendine örnek aldığı kişilerin hayatlarını okumak, seni hem motive edecek, hem de bir iç ses kazandıracak.
- Kendini yenilemekten, değişime adapte olmaktan korkma. Ancak bunu yaparken özünü, yola neden çıktığını, neden farklı olduğunu unutma!
- Her yıl, 'bu yıl girişimim için neler yaptım?' sorusunu kendine sor.
- Kopyalama, örnek ol.
- Moda gibi, bilinçsiz tüketimi tetikleyen bir sektörün içindeysen, ayrıca dünyaya ne katıyorum ve de markamı nasıl ayırıyorum, bunu hep düşün ve ona göre evril.
- Her ne olursa olsun sevgi, ailen ve değer yargıların önce gelsin. Temelin sağlam olursa, çok da parlak bir fikrin var ise, çok çalışma ile gerisi gelir.

nında son dönemde perakendeciliğe yönelimiyle de dikkat çekti.

Geçen yıl yüzde 92 büyüme ile 5 milyon TL ciroya ulaşan şirketin bu sıçramasında İstanbul Havalimanı'nda açtığı ilk perakende mağazasının etkisi oldu. Bu yıl da 10 milyon TL ciroya ulaşmayı hedeflediklerini belirten Güneş Mutlu Mavituncalılar, "Mağazacılıkta yurtdışında büyümeyi hedefliyoruz. Yatırımlarımızı sadece havalimanı mağazaları olarak yapacağız. Bundan sonraki planlarımızın başında ise yurt dışında mağaza açmak var, pazar araştırmalarımız sürüyor" diyor.

Beymen'e girdi

"Hiç tasarım okumadım. Ama hep bu alana ilgim vardı. Biraz da o ilgiyi tatmin et-

mek için, elimde olan kumaşları değerlendirip bir çanta atölyesinde bu maceraya başladım" diye anlatıyor Güneş Mutlu Mavituncalılar girişim yolculuğunu...2009 yılında oğlunu dünyaya getiriyor ve e-ticaret sitesini kapatıp, sadece çanta üzerine markalaşma yoluna yöneliyor. Fas'a, Marakeş'e yolculuk yapıyor ve ilhamı o coğrafyadan geliyor. Kendisine 'imza' olarak 'Fatma'nın eli'ni seçiyor. Bu figürün yer aldığı kadife ve nakışlı çantalar üretiyor. Ürünleri, dünyaca ünlü markaların satışının yapıldığı Bebek'teki stil sahibi mağaza Mid-night'ta satılmaya başlıyor. Kızının adı da olan 'Fey' ile bir yenileşme sürecine girerek farklı tasarımlara imza atıyor ve çantaları moda dergilerinde görünür oluyor. Ünlü kadınlar tarafından kullanılınca marka merak

GÜNEŞ MUTLU MAVİTUNCALILAR

uyandırıyor. Çok geçmeden de Beymen'le re giriyor. 2011 yılında da Mavi Jeans'in dikkatini çekiyor. Böylece üst segment modelleri Beymen'de, ulaşılabilir fiyatlı ürünleri ise Mavi'de tüketicilerle buluşuyor. Ardından da Mehry Mu'nun bilinirliği daha da artıyor.

Londra açılımı

Sonraki dönemde, çantalarında Doğu - Batı sentezinde daha da derinleşerek 'Selçuklu Yıldızı' gibi detayları da kullanıyor. Ünlü İngiliz moda dergilerinden birinde çalışan kız arkadaşının çantalarına olan ilgisi ise yurtdışı açılımını beraberinde getiriyor. Dergideki moda sayfalarında Mehry Mu çantalarına da yer veren arkadaşının teklifi üzerine Londra'ya gidip küçük satışlar yapmaya başlıyor. Derken bir gün aldığı bir mail hayatını değiştiriyor. Maili atan arkadaşı, kendi adını taşıyan markasını milyonlarca dolarlık global bir fenomene dönüştürüp güzellik devi Estée Lauder'a satan Jo Malone'un bir konferans için İstanbul'a geldiğini ve

onunla ilgilenmesini rica ediyor. Güneş Mutlu Mavituncalılar, sonraki gelişmeleri şöyle anlatıyor: "Tabii ki ilgilendim, gezdik ve yemek yedik. Kendisi bana 'Jo loves' diye sıfırdan bir marka kurduğunu ve Londra'da Elizabeth Street'te mağazası olduğunu anlattı. Bana destek olmak istediğini söyledi. Londra'ya gelip mağazasında üç gün boyunca bedelsiz satış yapmamı teklif etti. Yedi aylık hamile olduğuma aldırmadan çantalarımı toplayıp gittim ve mağazaya yerleştirdim. İyi satışlar yakaladık. Oradan da Kontes: Debonnaire Von Bismarck bizi keşfetti, beğenisini kazandı ve kısa süre sonra Debonnaire'de satmaya başladı. Dünyanın farklı yerlerinden topladığı tasarım ürünleri kullanan Kontes: Debonnaire Von Bismarck stiliyle ilgi çeken bir isim. Onun çantalarımızı kullanması, bizim için büyük bir tanınma fırsatı oldu. Sonrasında Kraliyet Ailesi'nden müşterilerimiz olmaya başladı. Tüm bu gelişmelerin ardından İngiltere'deki ilk satış noktamız Shop at Bluebird mağazası oldu."

Sepet ve kutu çantalar

Sonrasında marka için deyim yerindeyse 'yeni bir dönem' başlıyor. 'Yeni şeyler yapma zamanı' diyor ve farklı tasarımlar üzerine yoğunlaşıyor. Hasır örgüyü, deri malzemesiyle ördürüp sepet çantalar yapmaya karar veriyor. İstedığı materyalleri Hindistan'da buluyor ancak prensip gereği buna yakın durmuyor. Yerli üretimden yana olduğunu ve Hindistan'da çok ucuz olan işçilik maliyetlerinin değer yargılarına ters düştüğünü dile getiren Mavituncalılar, şöyle devam ediyor: "Kafamda şehirli kadına uygun sepet ve kutu çanta modelleri vardı. Birçok atölye gezdim. Türkiye'de çanta üretiminde işçiliğin çok iyi olduğunu ancak bunun daha çok kopyalama konusunda ileri seviyeye geldiğini gördük. Sıfırdan bir tasarım yapmakta ilk zamanlar Türkiye'de yeni bir şey yaratma tarafında ustalar tarafında zorlanmış olsak da doğru ustaları bulup daha fazla çalıştık ve hayalimizdeki çantalara ulaşmayı başardık, vazgeçmeden yaptığımız denemelerle ürünlerimizi yine ustalarımızla birlikte mükemmelleştirdik. Yurtdışında da çok başarılı satışlara ulaştık."

Ünlülerin tercihi

Mavituncalılar, 'ruhu olan çantalar yapıyorum' diyor. Her koleksiyonu tarih, sanat ve geçmişle birlikte bir hikaye barındırıyor. Öyle ki kısa sürede dünyaya açılarak İngiliz Kraliyet Ailesi ve Olivia Palermo, Nicky Hilton Rothschild, Christina Hendricks, Katherine Schwarzenegger, Suri Cruise ve Jennifer Lawrence gibi birçok ünlü ve Hollywood yıldızının da gözde çanta markası olmayı başardı.

Bugün markanın Japonya'da ciddi bir meraklı kitlesi var. Öyle ki Tokyo'da üç mağazada satılıyor. ABD, İngiltere, Fransa, Ortadoğu ve Asya'da pek çok satış noktası bulunuyor. Önümüzdeki dönemde dijital yatırım yapmaya ve mağazalar açmaya yöneleceklerini söyleyen Mavituncalılar, "Perakende sorunlar var ama bizim gibi ruhu, mirası, DNA'sı ve mesajı olan küçük markalar için fırsat olduğunu düşünüyoruz. Geçen yıl ihracat payımızı yüzde 48'den yüzde 58'e çıkardık. Bu devam edecek. Vegan pazarda da ciddi eksiklikler ve açıklar görüyoruz. Buna yönelik ürünlerimiz var, bu yönde tasarımlarımıza devam edeceğiz" diye anlatıyor.

Sosyal medya ile girişimci oldu

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, bu alanlar üzerinden ticaretin de yaygınlaşmasına yol açarken, girişim habitatına binlerce yeni isim kazandırıyor. Bu isimlerden biri de yaşadığı sağlık sorunları nedeniyle 2018'de emekli olmak zorunda kalan 40 yaşındaki Eylem Şenol Dursun. Sosyal medyada 'Eylemin Renkli Dünyası' hesabı ile amigurumi, hazır giyim ve aksesuar satışı yapan Dursun, "Şu anda satışlarımın yüzde 50'sini internet üzerinden gerçekleştiriyorum. Hem tüm Türkiye'ye hem de KKTC ve Avrupa ülkelerine satış yapıyorum" diyor.

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, bu alanlar üzerinden ticaretin de yaygınlaşmasına yol açıyor. Instagram ve Facebook gibi mecralar, binlerce girişimci için çok geniş bir pazar ağı kurulmasını sağlıyor. O girişimcilerden biri de Adana Ceyhan'da yaşayan Eylem Şenol Dursun. 2000 yılında İstanbul'da bir cep telefonu firmasının genel merkezinde müşteri temsilcisi olarak iş hayatına başlayan Dursun, 2015 yılında şirketin tüm Türkiye müşteri ilişkileri süpervizörlüğü görevine getirilmiş. 2015-2018 yılları arasında iş değiştiren ve bir başka kurumda teknik servis müdürü olarak görev yapan Dursun, 2018 yılında sağlık sorunları nedeniyle emekli olarak eşi ve çocuğu ile birlikte Adana Ceyhan'a yerleşmiş. "O kadar yoğun bir çalışma hayatından sonra kendime bir iş kanalı bulmam gerekiyordu" diyen Eylem Dursun, "Bu amaçla amigurumi yapmayı öğrendim ve her hafta iki defa Adana Çukurova Kadınlar Pazarı'nda bu ürünlerimi tezgâhta sergilemeye başladım" diyor.

Pazar dönüm noktası oldu

Pazarda tezgah açmanın kendisi için bir dönüm noktası olduğunu vurgulayan Dursun, "Beklemlerimden çok giydiğim kıyafetler dikkat çekiyor ve müşterilerim sürekli nereden aldığımı soruyorlardı. Bu noktada ben neden bu işi yapmıyorum diye sorgulamaya başladım ve 3 şalvar ile bu sektöre hızlı bir giriş yaptım" diye ko-



nuşuyor. Instagram'da açtığı "Eylemin Renkli Dünyası" hesabı üzerinden kıyafet ve aksesuar satışına başlayan Dursun, kısa sürede işlerinin artması sonucunda bir de küçük dükkan açmış. Şu anda hem sosyal medya, hem mağaza satışı hem de Adana ve Mersin sosyete pazarlarında kendi markası ile satış yaptığını dile getiren Eylem Şenol Dursun, "Şu anda satışlarımın yüzde 50'sini internet üzerinden gerçekleştiriyorum. Hem tüm Türkiye'ye hem de KKTC ve Avrupa ülkelerine satış yapıyorum" şeklinde konuşuyor. Yaşadığı sağlık sorunları nedeniyle yüzde 70 engelli olduğunu ve bu durumu girişimciliğe tutunarak aştığını dile getiren Dursun, girişimci olmak isteyenlere şu önerilerde bulunuyor: "Ak-

'Amigurumi' nedir?

Amigurumi, Japon kökenli bir kelime olup Ami (tağ veya şiş ile yapılmış) ve niigurumi (içi doldurulmuş oyuncak) kelimelerinden türeyen örgü örenlerin de iyi bildiği sık iğne tekniğinin oyuncucağa uyarlanmış halidir. Türk el işi sanatlarında kullanılan sık iğne amigurumideki en önemli tekniktir. Kullanılan malzemeler ise tağ veya örgü şişi, ip, boncuk elyaf (dolgu amaçlı), kuru pastel (yüz ve ellerin renklendirilmesi için), ve güvenlik kilitli amigurumi gözlerdir. Amigurumi gözlerinin en önemli özelliği ise takıldıkları yerden bir daha asla çıkmamaları ve yüzde 100 güvenilir olmalarıdır. Yapılmış bir amiguruminin görselliğini artırmak için renkli keçeler, örgü ya da dikiş kıyafetler, saç ve toka gibi aksesuarlar da eklenebilir.

İnıza 'şu işi yapabilir miyim' fikri geldiği an hemen araştırın ve başlayın derim. Emek vermek ve yılmamak en büyük motivasyonum. O nedenle, Eylemin Renkli Dünyası (@eylemin.dunyasi) markasıyla 10 yıldan daha yakın bir süre içerisinde, sosyal sorumluluk projelerinde kadınlara destek ve ilham veren bir firma olacağımızdan eminim."

Sağlıkta mobile yatırım artıyor

Sağlık sektöründe payı gittikçe artan mobil sağlık teknolojileri alanında Türkiye'nin en kapsamlı zirvesi için geri sayım başladı. "Sağlık Teknolojileri Liderler Zirvesi"ni düzenleyen MarlinPlus Sağlık ve Teknoloji'nin Kurucu Başkanı Gökselin Aydın, 10 Mart'ta gerçekleştirilecek zirvenin, bu alanın öne çıkan isimleri ve kuruluşlarını bir araya getireceği bilgisini veriyor. Aydın, "Sağlık sektöründe teknolojiye olan yatırımlar, ilgi ve heyecan her geçen gün artıyor" dedi.

Sürdürülebilir bir sağlık sisteminde, kaliteli sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve maliyetlerin yönetilebilmesi açısından mobil sağlık uygulamalarının önemi her geçen gün artıyor. Bugün, sağlık, sağlık sigortacılığı, medikal, bilişim, telekomünikasyon ve teknoloji sektörlerinin birlikte hareket ettikleri ve güçlerini birleştirdikleri pek çok inovasyonu görmek mümkün. Dünya çapında pek çok girişimci de bu alanda yeni yatırımlar ile boy göstermeye çalışıyor. MarlinPlus Sağlık ve Teknoloji tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen "Sağlık Teknolojileri Liderler Zirvesi", bu alanda Türkiye'de bir ilk olma özelliğine sahip. 10 Mart'ta gerçekleştirilecek zirvede bu yıl sağlık, sağlık sigortacılığı, medikal, bilişim, telekomünikasyon ve teknoloji sektörlerinin öncü şirketlerinden katılımcılar, inovasyon, yenilikçi düşünce anlayışı, geleceğin teknolojileri, dijital dönüşüm vizyonlarında yaşanan gelişmeleri paylaşacaklar.



GÖKSELİN AYDIN

Teknoloji liderleri konuşacak

MarlinPlus Sağlık ve Teknoloji'nin Kurucu Başkanı Gökselin Aydın, sağlık sektöründe teknolojiye olan yatırımların, ilgi ve heyecanın her geçen gün arttığını söylüyor.

Sağlık ve sağlıkta teknoloji liderlerinin deneyimlerini paylaşacakları, gelecek vizyonlarını aktaracakları zirvede bilimsel ve teknolojik olarak zenginleştirilmiş içeriklerin de yer alacağını ifade ediyor. Sağlık teknolojileri konusunda tüm liderlerin bir araya geldiği ortamda tanışma ve iş birliği yaratma imkanı olacağını kaydeden Aydın, "Bu alanda faaliyet gösteren tüm kuruluş ve yetkilileri bu önemli zirvede görmek istiyoruz" diyor.

Ana gündem 'diyabet' olacak

Zirvede, ana konu olarak belirlenen "Mobil Sağlık Teknolojileri / Diyabet" başlığı altında, bu alanda geliştirilen teknolojiler, medikal ölçüm cihazları ile entegre çalışan sistemler, veri aktarım cihazları ve teknolojileri, kişisel verilerin korunması ve bilgi güvenliği, IoT platform yazılımları ve sağlıktaki yeri, gelecek sağlık teknolojileri ve inovasyon konuları ele alınacak. İlgili sektörlerin kamu ve özel kurumlardan tüm paydaşlarının bir araya geleceği oturumlarda, ortak çözüm alternatifleri ve gelecek vizyonu ele alınırken, yenilikçi girişimler ve var olan sistemler hakkında en son teknolojiler konuşulacak.

Sağlık teknolojilerine yatırım

MarlinPlus 2012 yılından bu yana faaliyet gösterdiği sağlık sektöründe inovasyon odaklı projelere imza atıyor. Sağlık alanında inovasyon oluşturan çok çeşitli konulara yatırım yapan şirket, "Kroniktakip" adlı markası ile sağlık takip sistemlerini hastanın ayağına götürüyor. Şirket, sağlığa dair her konuda 7/24 özel eğitilmiş profesyonel ekibiyle sağlık takip hizmeti sunuyor.

E-dönüşümle 2,5 milyar TL tasarruf

Brüt satış hasılatı 5 milyon TL olan şirketlerin de e-dönüşüm kapsamına girmesi e-fatura pazarının hareketlenmesine neden oldu. Zorunlu geçişle birlikte 100 bin'den fazla işletmenin e-fatura'ya geçişini öngördüklerini söyleyen Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş, "Bugüne kadar yaklaşık 25 milyar fatura elektronik ortamda oluşturulmuş bu sayede yaklaşık 2,5 milyar TL tasarruf sağlandı" diyor.

Şirketlerin fatura, imza, denetleme gibi iş süreçlerinin ve devletle olan ilişkilerinin dijital ortama taşınması anlamına gelen e-dönüşüm sektörü 2020 yılına çok hareketli girdi. Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) tarafından ekim ayında yayınlanan tebliğ kapsamında e-dönüşüm pazarında yeni bir süreç başladı. E-dönüşüm tebliği kapsamında brüt satış hasılatının 10 milyon TL'den 5 milyon TL'ye düşmesi e-dönüşüm kapsamına giren işletme sayısının da artmasına neden oldu. Zorunlu geçişle birlikte 100 bin'den fazla işletmenin e-fatura'ya geçişini öngörülmüyor.

Haliyle bu dönüşüm sürecine yönelik hizmet veren şirketlere de büyük iş düşüyor. Bu şirketlerden biri de Mikro Yazılım. E-dönüşüm çözümlerini 'e-Mikro' çatısı altında toplayan Mikro Yazılım da her sektörden küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelere özel geliştirdiği kullanimi kolay ve fonksiyonel ticari yazılım ve e-dönüşüm çözümleri sunmayı sürdürüyor.

2,5 milyar TL tasarruf sağlandı

Zorunlu geçişle birlikte 100 bin'den fazla işletmenin e-fatura'ya geçişini öngördüklerini söyleyen Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş, "Bugüne kadar yaklaşık 25 milyar fatura elektronik ortamda oluşturulmuş bu sayede yaklaşık 2,5 milyar TL tasarruf sağlandı. Mikro Yazılım sahip olduğu pazar payı ile bu tasarrufun hayata geçirilmesinde önemli bir

rol üstlendi. İşletmeler, e-dönüşüm ile operasyonel masraflarını azaltarak, maliyet ve zaman yönetimini de kolaylaştırıyorlar. e-Dönüşüm sayesinde her yıl ortalama 100.000

MIKRO
YAZILIM
Büyümek isteyen her şirkete lazım.



ağaç kesilmekten kurtuluyor, böylece çevresel bir sorun olan kağıt tüketimi de minimuma indirilmiş oluyor" diyor.

Mikro Yazılım bir yazılım servis şirketi olarak müşterilerine sürekli gelişen çözümler sunuyor. Ürün ekipleri sürekli olarak sahada, mevcut ve potansiyel müşterilerin yanında çalışıyor, onların ihtiyaçlarını anlıyor, dinliyor ve bu doğrultuda yazılımlara yön veriyor. Sadece son bir yılda şirketin ürünlerine 1.000'in üzerinde yeni fonksiyon eklendi ve geliştirme yapıldı. 300 iş ortağıyla müşterinin yanında olmayı görev edindiklerini belirten Tomuş, "Sürekli olarak hizmet kalitemizi arttıracak çalışmalar ve yatırımlar yapıyoruz. Yazılımlarımızı uluslararası standartlarda ürün yönetim yaklaşımı ile geliştiriyoruz" diyor.

Mikro Yazılım'ın önemli ürünlerinden biri e-Mikro, işletmelere özel çözümler sunuyor.

e-Mikro, kullanılan kadar harcamaya dayalı, fazla fatura adetleri ya da paket aşımaları için ödemenin ve operasyonel maliyetlerin olmadığı my e-Kontör sistemiyle çalışıyor. Her işlem için TL karşılığı olan kontör sisteminde işletmeler, kendi profil sayfasında kullandığı hizmetler karşılığında kaç kontörünün kaldığını da birkaç tıkla kontrol edebiliyor. e-Mikro, maliyet ve zaman yönetimini kolaylaştıran çözümler arasında öne çıkıyor. e-Mikro sayesinde işletmeler operasyonel masraflarından tasarruf ederek kazanıyor. PC, tablet, telefon ve her işletim siste-



ALPASLAN TOMUŞ

Eğitim veriliyor Mikro Yazılım sektöre katkı sağlamak için Akademikro Online Üniversite projesiyle üniversitelerde eğitimler veriyor. Hali hazırda 44 üniversitede, işletme ve iktisat fakültesinde eğitim veriliyor. Mikro Akademi'de 400 saatlik eğitim videosu bulunuyor. Eğitim sonunda sertifika veriliyor. Üniversite mezunu pek çok öğrencinin iş hayatına atılmakta ve istedikleri işleri bulmakta zorluk çektiğini söyleyen Tomuş, "Gençlere iş imkanı sunuluyor, 10 öğrenci düzenli olarak Mikro Yazılım'da çalışmayı sürdürüyor. Her gün 400 bin'den fazla kişi, geliştirdiğimiz programları kullanarak kazanç elde ediyor. Hedefimiz bu ekosistemi daha da geliştirmek" diyor. Bu kapsamda son beş yıldır iş ortaklarına özel geliştirilen Akademikro Online Üniversite, ücretsiz olarak herkesin kullanımına açılıyor. Bu sayede isteyen herkes sisteme kayıt olup, Mikro Yazılım sertifikasına ücretsiz sahip olabilecek. Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde ders veriyor.



minde desteklenen sistemler sayesinde maliyetsiz bir şekilde şirketi sisteme entegre etmek mümkün oluyor. Tomuş, "Amacımız, her ölçekten şirketin öncelikli olarak varlıklarını sürdürebilmelerini, artı olarak sağlıklı büyümelerini sağlarken, işletmelere değer katan akıllı ticari yazılımlar geliştirmek ve ülke ekonomisinin büyümesine katkı sağlamak" diyor.

Farklı şirketlere özel çözüm

2020'de müşteri portföylerini daha da genişletmeyi hedefleyen şirket hali hazırda e-dönüşüm pazarının yüzde 22'sine hizmet ediyor. Şirket, 2020'de müşteri portföyünü genişletirken e-dönüşüm çözümleriyle 2020'de de KO-Bİ'lerin çalışmalarına hız kazandıracak ürünler sunacak. Tomuş, 2020 yılında minimum büyüme hedeflerinin yüzde 35 olduğunu belirtiyor. 2018 yılında Zirve, 2019 yılında Paraşüt'ü satın alan Mikro Yazılım, yaklaşık üç yıl önce Turken ve Earlybird Venture Capital'den önemli bir yatırım aldı. Tomuş, fırsat çıkarsa şirket satın alabileceklerini belirtiyor.

Mikro Yazılım, şirketlerin ihtiyaçlarına göre çözümler geliştiriyor. Mikro Run ile çalışan sayısı 5'ten daha az, tek lokasyonu olan işletmelere özel çözümler sunuluyor. Run ürününü en çok tercih eden meslek grupları arasında esnaf ve serbest meslek sahipleri geliyor. Çalışan sayısı 5 ile 50 arasında yer alan orta ölçekli işletmeler ve birden fazla sektöre ilgilenen ve birden fazla şubesi olan işletmeler bu ürünü tercih ediyor. İşletmeler, Mikro Jump da ihtiyaç duyduğu fonksiyonları programla ekleyebiliyor. Ağırlıklı olarak çalışan sayısı 50 ve üzeri olan büyük ve orta ölçekli işletmeler Mikro Fly'ı tercih ediyor. Mikro Fly, kurumsal yapısını daha ileri noktaya taşımak ve rekabette öne geçmek isteyen işletmelere özel çözümler sunuyor.

FRANCHISE

Levent Gökmen Demirciler / lgokmen@ekonomist.com.tr

Seyyar satıcılıktan dev zincire dönüştü

Meşhur Adıyaman Çiğköfteci Ömer Aybak'ın markalaşma hikayesi 1990'lı yıllara uzanıyor. Ömer Aybak'ın 1992 yılında seyyar satıcılıkla başladığı çiğköfte işi, bugün Türkiye genelinde bin 400'e yakın şubeli bir zincire dönüştü. 20 milyon TL ciroya ulaşan marka, bu yıl franchise vererek 200'e yakın yeni şube açmayı hedefliyor.

Türkiye'de çiğköfteci genellikle Urfa ve yöresinden çıkar. Ancak geçmişte seyyar satıcılık yapan ve sosyetenin 'Ömer Usta' olarak bildiği girişimci Ömer Aybak'ın kurduğu Meşhur Adıyaman Çiğköfteci Ömer Aybak markası Adıyaman'dan çıktı. 1992 yılında seyyar çiğköftecilik yapmaya başlayan Ömer Aybak, çiğköftelerinin beğenilmesi üzerine ünlüler tarafından ilgi gördü. Bu ilginin artması üzerine lezzetli çiğköftesinin formülünü daha fazla tüketiciye ulaştırmak için 2005 yılının Şubat ayında üretim merkezini ve ilk şubelerini Gültepe'de açtı. Günümüzde İstanbul Gaziosmanpaşa'da 2 bin 400 metrekairelik alanda konumlanan fabrikasında üretim yapıyor. Türkiye genelinde bin 400'e yakın şubesi bulunan Meşhur Adıyaman Çiğköfteci büyümesine devam ederken bu yıl 200'e yakın şube açılması ve franchise verilmesi de planlanıyor.

Meşhur Adıyaman Çiğ Köfteci'nin kurucusu Ömer Aybak, Türkiye geneline yayılmış bin 400'e yakın şubeleri ile ülkenin en çok sevilen çiğköfte markaları arasına girmeyi başardıklarını söylüyor.

2019'da 20 milyon TL olan cirolarını bu yıl sonu 25 milyon TL'ye çıkarmayı hedefleyen Ömer Aybak ile markayı ve gelecek planlarını konuştuk.

Markanızın kuruluş öyküsünden bahseder misiniz?

Meşhur Adıyaman Çiğköfteci Ömer Ay-

Başka ürünler de üretiyor

Meşhur Adıyaman Çiğköfteci Ömer Aybak İstanbul Gaziosmanpaşa'da yer alan 2 bin 400 metrekairelik alana yayılan fabrikasında çiğköfte dışında lavaş, acı sos üretimi de yapıyor. Ömer Aybak, markalı ürünler arasında şalgam suyu, nar ekşisi ve turşu suyu da bulunuyor. Meşhur Adıyaman Çiğköfteci Ömer Aybak markalı çiğköfte ise, Adıyaman yöresine ait bir lezzet olarak diğer çiğköfte çeşitlerinden ayrılıyor.

bak markasının hikayesi 1990'lı yıllara dayanıyor. Çiğköftelerimizin formülünü ilk kez 1992 yılında geliştirip seyyar satıcılıkla başladım. İlk başlarda 'Ömer Usta' olarak biliniyordum. Ünlüler tarafından da oldukça ilgi gören bu formülü daha fazla tüketiciye ulaştırmak için 2005 yılının Şubat ayında üretim merkezimizi ve ilk şubemizi Gültepe'de açtık. Şu anda ise İstanbul Gaziosmanpaşa'da yer alan 2 bin 400 metrekairelik

alana yayılan fabrikamızda üretim yapıyoruz. Meşhur Adıyaman Çiğ Köfteci Ömer Aybak olarak daha büyük fabrikamız, tüm Türkiye geneline yayılmış şubelerimizle ülkenin en çok sevilen çiğköfte markaları arasında bulunmaktayız. Biz de dünden bugüne aynı özveri ve aynı heyecanla üretmeye devam ediyoruz.

Şu anda kaç şubeniz bulunuyor? Bu yıl ve önümüzdeki dönemde kaç yeni şube aç-





ma planınız var?

Şu anda Türkiye genelinde bin 400'e yakın şubemiz var. 2020 yılında da 200'e yakın şube açmayı ve franchise vermeyi hedefliyoruz.

Önümüzdeki 5 yıllık dönem için hedefleriniz nelerdir?

Önümüzdeki 5 yılda Türkiye genelinde şu anda bin 400 olan şube sayımızı yaklaşık iki katına çıkararak 3 bin şubeye ulaşma planımız var. Çiğ köfteyi geleneksel Türk mutfağı kapsamının dışına çıkarıp faydalarını ve sağlıklı olmasını ön plana çıkaracak çalışmalar yapıp sporcu ve beyaz yakalılardan sık tüketeceği bir marka olarak konumlandırmayı da hedefliyoruz.

Meşhur Adıyaman Çiğköftçisi Ömer Aybak Ailesine katılmak isteyen girişimciler için franchise şartlarınız neler?

Lezzet ve kaliteyi daha fazla kişiye ulaştırabilmek adına distribütöre bağlı olan bölgeler haricinde franchise bedeli alınmıyor. Girişimciler herhangi bir bedel ödemediği Ömer Aybak Ailesine katılıyor. Tek şart Ömer Aybak'ın kurumsal kimliğine uygun dekorasyon yapılması ve franchise sözleşmesidir. Açılacak işletmenin kurulum giderleri gi-

rişimciye aittir. Ortalama büyüklükte bir dükkanın maliyeti bulunduğu lokasyona ve dükkan büyüklüğüne göre 15 bin ila 40 bin TL arasında değişebilmektedir.

Girişimcilere bu işte başarılı olabilmeleri için ne gibi destekler veriyorsunuz?

Ömer Aybak şirketi olarak işletme dekorasyonu ve açılış kampanyasını yönetiyoruz. Ömer Aybak bünyesinde yer alan eğitmenler işletme personeli için gerekli eğitimleri sağlıyoruz. Ulusal ve yerel basın kuruluşları aracılığıyla yaptığımız reklam ve merkezi promosyonlarda herhangi bir katılım payı veya bedel talep etmiyoruz.

Ankara'da üretim tesisi yatırımı yapma planınız var. Kaç milyon TL'lik yatırım olacak? Kapasitesi ve tesisin büyüklüğü ne olacak?

Evet. Ankara'da da bir üretim tesisi açmayı planlıyoruz ancak henüz detayları netleşmedi. Bu tesis de İstanbul'daki tesisin benzeri bir olacak. 2020'nin ikinci yarısından sonrası öngörüyoruz.

Meşhur Adıyaman Çiğköftçisi Ömer Aybak markalı çiğköftenin diğer yörelerin çiğköftelerinden nasıl ayrışıyor?

Bildiğiniz gibi geleneksel lezzetlerimiz-

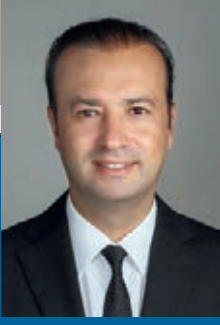
den biri olan çiğköfte yöresine göre farklılıklar gösterir ama genel olarak bulgur, isot, salça, soğan, maydanoz ve çeşitli baharatların harmanlanmasıyla yapılır. Bizim çiğköftemiz Adıyaman yöresine ait bir lezzet olup marka olarak diğerlerinden ayrılmak için kendi özel formülümüzle küçük dokunuşlar yapıyoruz. Bu sayede çiğköftemiz hazır üretim etsiz çiğ köftelerin çoğunluğundan kolaylıkla ayırt edilebilmektedir.

Üretim tesislerinizde çiğköfte dışında başka ürünler de üretiyor musunuz?

Çiğköfte dışında, fabrikada lavaş, acı sos da üretiyoruz. Meşhur Adıyaman Çiğköftçisi Ömer Aybak markalı ürünler arasında şalgam suyu, nar ekşisi ve turşu suyu da bulunuyor.

Girişimcilere başarılı olmaları için neler önerirsiniz?

Girişimcilere ve girişimci adayı arkadaşlarıma çok çalışmayı özellikle özverili ve yenilikçi yaklaşımla çok çalışmalarını öneriyorum. Yaptıkları işi önemsemelerini ve müşteriyi merkeze alan, onları dinleyen, ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sürekli araştırmalar yapan bir anlayışla ticarete yaklaşımlarını öneriyorum.



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

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



İşletmelerde karşılaşılan suistimaller nelerdir?

Bu ayki yazımda işletmelerde en fazla karşılaşılan suistimalleri incelemeye çalışıp, konu ile ilgili farkındalık yaratmaya çalışacağım.

Suistimal (veya hile) kavramı farklı kuruluşlar tarafından ele alınarak standart haline getirilmiştir. Uluslararası Muhasebeciler Birliği (ACCA) 'yönetişim, çalışanlar veya paydaşlardan sorumlu olarak görev yapan bir veya birden fazla yöneticinin ilgilileri kötü niyetle aldatarak işletmenin menfaatlerine aykırı olarak haksız ve yasadışı bir menfaat sağlama' olarak yorumlamıştır. Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Birliği'nin (ACFE) tanımına göre ise çalışanın işveren kuruluşa ait varlıkları kasti olarak kötüye kullanması veya zimmetine geçirmesi yoluyla kişisel zenginliğini artırma amacıyla mesleğini ve görevini kullanmasıdır. Hilede, beyan veren kişi mağduru yanıltmak için bilerek yanlış beyanda bulunur; mağdur kişi de bu yanlış beyanlara inanarak mali açıdan veya başka bir şekilde zarar görür.

Suistimaller para, mal veya hizmet sağlamak, hizmet kayıbdan, ödeme yapmaktan kaçınmak ya da şahsıyla ve işle ilgili bir avantaj elde etmek amaçlarıyla çeşitli taraflar ve kurumlar tarafından gerçekleştirilebilir. Bu taraflar şirket içi veya şirket dışında olmalarına göre gruplandırılabilir. İç suistimal, bir kuruluş

içinden kaynaklanan ve çalışanlar tarafından gerçekleştirilirken dış suistimal yabancılar tarafından yani failin kurban şirketin bir çalışanı, yöneticisi ya da ortağı olmadığı herhangi bir durumu içerir. Dış suistimaller tedarikçi ve müşteri suistimallerinden tüketici kandırmalarına kadar çeşitli planları kapsar.

Vine bu konuda en kapsamlı çalışmaları yürüten ACFE 'ye göre suistimaller yapılaş türlerine göre 3 alt başlıkta gruplandırılmaktadır: (i) yolsuzluk, (ii) varlıkların kötüye kullanımı ve (iii) mali tablo suistimali.

Yolsuzluk, para veya benzeri karşılığında etik olmayan bir avantaj elde etmek için verilen yasadışı ve ahlaksız ödemelerdir. Çalışanların doğrudan ya da dolaylı şekilde fayda sağlamak için görevlerini kötüye kullandıkları ve sonucunda işletmeye ek maliyet yükleyen bireysel veya toplu her türlü kasti eylemlerdir. Yolsuzluk doğrudan veya dolaylı şekilde kişinin yürüttüğü görevi yerine getirmesinde rüşvet veya başka her türlü yasadışı menfaatin talep edilmesi, teklif edilmesi, verilmesi ya da kabul edilmesidir (Avrupa Konseyi, 1999).

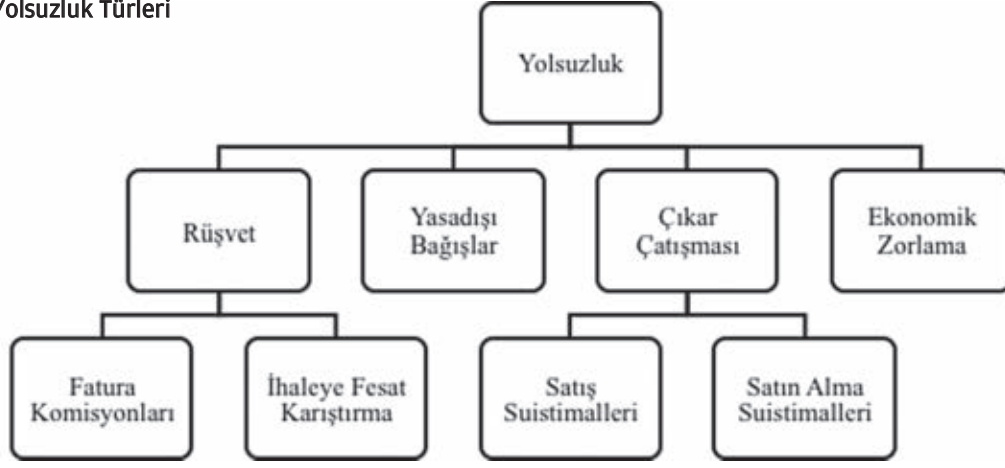
Konuyla ilgili en kapsamlı araştırmaları yapan kuruluşlardan biri olan Uluslararası Şeffaflık Örgütü, yolsuzluğu emanet edilen gücün özel menfaat için kötüye kullanılması olarak tarif etmiş, kavramı kamuyla sınırla-

mayarak daha kapsamlı bir yolsuzluk tanımı yapmıştır. Ayrıca, Osoba yasal ve tipik normlara aykırı şekilde uygunsuz yararlar sağlayan ve yetkililerin tüm vatandaşların refahını sağlama görevini baltalayan anti-sosyal bir davranış olarak nitelendirmiştir (1996: 372). Klitgaard, kaynakların kullanılmasında tek elci yetkiye sahip olan, görevleriyle ilgili konularda tek başlarına karar alma yetkilerini kötüye kullanan ve hesap verme mekanizmaları bulunmayan görevlilerin bu süreçte kendi çıkarlarını gözetmeleri yolsuzluğa neden olduğunu ekleyerek bu ifadesini şu şekilde formüle etmiştir (1988:4):

Yolsuzluk = Tekelci Yapılar + Tek Başına Karar Alma Yetkisi + Hesap Vermeme

Yolsuzluk, yapılan işlemin maliyetinin yanı sıra kurumların zayıflayarak kaynaklarını verimli kullanamaması gibi dolaylı maliyetlere neden olmaktadır. Piyasa verimliliğini zedeleyerek özellikle gelişen ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimine ayrıca ülke içi yatırımlara, girişim teşviklerine zarar verir. Yolsuzluğun doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisi üzerine yapılan bir araştırmada Wei (1997:1), bir ülkede yolsuzluk düzeyindeki artışın Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) girişlerini azalttığını tespit etmiştir.

Şekil: Yolsuzluk Türleri



Rüşvet

Rüşvet, en geniş anlamda karşılığında bir şey elde etmek amacıyla bireyler veya işletmeler tarafından ilgili kimselere kararlarını etkilemek için yapılan ödemelerdir. Uluslararası Şeffaflık Derneği (2017:2), rüşveti “yasadışı ve etik olmayan bir eylemi teşvik edici bir fayda vaat edilmesi, verilmesi, kabul edilmesi veya istenmesi”; Türk Dil Kurumu ise “yaptırılmak istenen bir işte yasa dışı kolaylık ve çabukluk sağlanması için bir kimseye mal veya para olarak sağlanan çıkar” olarak tanımlamıştır.

Fatura komisyonları üçüncü bir tarafın şirketin çalışanlarına yaptığı gizli ödemelerdir. Rüşvet vermenin bir başka yoluysa ihaleye fesat karıştırmaktır. Genellikle pazarda birden fazla satıcı var olduğunda bu firmalar mal ve hizmet tedarikini üstlenmek için rakiplerini yenerek ihaleyi almaya çalışırlar. Bunun için fiyatlar şişirilir, tedarik eden işletme de aldığı hizmetin bedelinden daha çok ödeme yapmış olur.

Yasa Dışı Bağışlar

İşletmeler ilişki kurdukları üçüncü taraflarla bağıni güçlendirmek için birtakım hediyeler verebilir ya da gelen hediyeleri kabul edebilir. Hediye göndermek ve kabul etmek uzun vadeli iş ilişkile-

ri sürdürmede önemli bir role sahiptir çünkü genel anlamda iyi niyet göstergesidir ve karşı tarafla bağları güçlendirir. Şirketin itibarını güçlendirir, karşı taraftan indirim, daha düşük fiyat veya uzun vade gibi ayrıcalıklar alabilmek için ortam yaratır. Hediye vermek ya da almak şirketin misafirperverliğini göstermesi amacı gütsede işletme kaynaklarının hediyeler veya başka faydalar için alınıp satılması ve bunun gizlilik içinde yapılması halinde gayri resmi bir uygulama olarak suça dönüşebilir.

Çıkar Çatışması

Çıkar çatışması bir birey ya da kurumun kişisel veya kurumsal çıkarları için kendi mesleki olanaklarından yararlanabilecek bir konuda olduğunda ortaya çıkar (OECD, 2007: 33). Hissedarlar tarafından pozisyonlara getirilen Yönetim Kurulu üyeleri, yöneticiler ve diğer tüm çalışanlar ortaklara hesap verme yükümlülüğüne sahiptir. ACFE’ye göre hangi pozisyonda olursa olsun bir çalışanın çıkarı olduğu bir satıcı veya müşteriye kendi gücünü kullanarak şirkete yönlendirdiğinde ve bu bireysel menfaat şirketi etkilediğinde çıkar çatışması oluşabilmektedir. Çıkar çatışmaları da satın alma ve satış suistimalleri olmak üzere iki sınıfa ayrılabilir.

Ekonomik Zorlama

Ekonomik zorlama en geniş anlamda, baskı ile karşı tarafta maddi değer taşıyan bir isteğini yerine getirmesini sağlamak için yapılır. Yapılan tehdidin büyüklüğüne göre ekonomik zorlama, çalışan için önemli bir tehlikede olduğu durumlarda zorunlu olarak gerçekleştirdiği ödemeler veya eylemler de olabilmektedir. Bu ekonomik zorlamayı çalışan üçüncü bir kişiye yapabileceği gibi dışarıdan bir paydaş da şirket çalışanına uygulayabilir. Örneğin bir çalışan, tedarikçisi lehine bir karar almak için ödeme talep edebilir ve arzu ettiği ödemeyi yapmaması halinde iş anlaşmasını sonlandırmak gibi tehditlerde bulunabilir. “Öde yoksa” olarak gerçekleşen bu yolsuzlukta tehdit, mağduru işbirliğine mecbur bırakan ana etkidir.

Yukarıda incelemeye çalıştığım suistimallerden elbette işletmeleri korumanın yolları mevcuttur. İşletmeler kurumsallaşarak, iç kontrol sistemlerini etkinleştirerek, üst yönetimden başlayarak tüm paydaşlar arasında farkındalık yaratarak suistimallerden korunabilmektedirler. İşletme ortak ve yöneticileri bunun için istekli olmak ve konunun bir süreç olduğunun kabulü ile çalışmalarını sürdürmelidirler.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

İletişim ve Etkileşimde Aristo'dan Günümüze-II

Geçen ayki sayıda başlamış olduğumuz konumuza bu ay da devam ediyoruz. Geçen sayımızda iletişim teknolojilerindeki heyecan verici gelişim ve dönüşümlerden bahsetmeye başlamıştık. Hatta iş yerlerinin iş odaklı (business oriented) kamusal alanlar sayılabileceğini ve bu kamusal alanlarda yaşanan iletişim süreçlerinin estetize edilmiş haliyle değil daha katılımcı, daha besleyici ve katkı sağlayıcı bir anlayışla güçlendirilmesinin gerekliliğine vurgu yapmıştık.

Günümüz dünyasında iletişim teknolojilerinin dur durak bilmeden yeniliklerle donatılması ve şirketlerin iş yapış biçimleri hızlandırıp kolaylaştırması takdire şayan. Bu işin teknolojik boyutundaki yüzü. Bir diğer taraftan da işin insana ait insan odaklı yüzü var ki yıllardır süren ve asıl üzerinde daha fazlaca düşünülmesi gereken tarafı oluşturmakta. İşte asıl mesele burada yani "İletişim Becerileri Geliştirme" meselesinde... Şirketlerin pek çoğu çalışanlarına ve yöneticilerine iletişim becerileri geliştirmeye odaklı yüzlerce eğitim aldırıyorlar. Beklenen sonuçlardan biri sihirli bir değneğin değmesi ve şirket içi çalışanlarının iletişim becerilerinin bir anda veya çok kısa bir süre içinde değişivermesi. Ne yazık ki bu tür beklentiler koskoca bir fantazmagoriden ibaret.

Temel alanı İletişim Bilimleri olan bir uzman olarak bu durumun daha derinden ele alınması görüşümdedir. Öncelikle insan ve insan kaynağının tabiatını iyi anlamak iletişim becerileri ve yetkinliklerinin geliştirilmesi açısından çok büyük bir öneme sahip. Şirket içinde iletişimden kaynaklanan sorunların pek çoğu insanın doğası gereği taşıdığı niteliklerin göz ardı edilmesinden kaynaklanıyor. Peki, nasıl bir tabiata sahibiz? Bu sorunun cevabı çok uzun listelerle sıralanabilir. Birkaç tanesine vurgu yapmak gerekirse şöyle özetlenebilir:

1. Unutmaya müsait
2. Uyum sağlayabilen
3. Öğrenen, gelişen
4. Var olma mücadelesi veren, dolasıyla korkuları olabilen
5. Çoğu zaman "konfor alanı"nda (comfort zone) yaşayan

İnsanın bu ve benzerleri doğal dünyasına ilişkin özellikleri üzerine derinlemesine düşünmeden iletişim süreçlerini gerçek anlamda yeterince iyileştirmemiz mümkün olamıyor. Evet, Aristo'dan hatta ilk uygarlıklara kadar geriye giden ve koskoca bir geçmişe sahip olan iletişim süreci basit kalıplarla, bir takım güzellmelerle veya formüllerle geliştirilecek bir süreç değil. Şirketler, şirket içinde mutlaka bir "İletişim Kültürü" oluşturmalılar. Bu kültürün

insanı odağına alan kapsayıcı bir duruşunun olması gerekiyor. Şirket içi iletişim kültüründe "çalışan- yani insan- üzerine çalışmak", emek vermek gerekiyor. Peki, bu çalışmaları nereden başlatmak gerekir? sorusunu da duyar gibi oluyorum.

Yukarıda sıraladığımız insana özgü niteliklerin kökleri üzerinden çalışmaya başlanabilir. Burada temelde yatan prensip aslında insanın- yani çalışanların- genel çerçevede taşıdıkları zihin kodları ve kalıplarını anlayabilmek, daha da önemlisi bunları "anlamlandırabilmek" ten geçiyor. Örneğin, şirket içinde bazı görev ve sorumlulukların yerine getirilmesi aşamasında atlamalar, unutmalar yaşanıyorsa, tekrar tekrar söylendiği halde yine unutma süreci devam ediyorsa bu durumun sebeplerinden birinin insan belleğinin işleyiş özelliği gereği olduğunu aklımızdan çıkarmamız gerekiyor. Kadın çalışanların zihin kodları bu anlamda daha linear yani bir düzlem üzerinde kronolojik çalışırken, erkek çalışanların zihin kodları aynı konuyla bağlantılı olarak sebep-sonuç ilişkisi kurarak çalışıyor. Tabii bu sadece bir genelleme, istisnalar her zaman olabiliyor. Önemli olan genel prensiplere vakıf olup onun üzerinde çalışmak ve istisnaları da değerlendirmek sürecimize alıp, şirket içi

iletişim kültürümüzü geliştirip beslemek.

Çalışanlar yaşam süreçleri içerisinde kendi zihinsel kalıplarını oluşturuyor. Bu kalıpların oluşumunda yetiştikleri çevre, ebeveyn ilişkileri, aldıkları eğitim, deneyimler hatta kendilerine ait olmayan başkalarının deneyimlerinin etkisi altında kalmak gibi birçok neden zihin kalıplarının oluşumuna ön ayak oluyor. İş yaşamında zihin kalıpları iletişim süreçlerine kendi kabullerini ortaya koyarak yansıyor. Karşılaşılan bir olay, bir durum karşısında bu kabullerden hareketle “reaktif” bir yaklaşım izleniyor. Oysa, zihin kalıplarının kemikleşmiş ve keskinleşmiş etki alanını yumuşatmak adına şu bir-iki soruyu sorarak işe başlamakta fayda var:

Karşılaşılan duruma/olaya/tepkiye/reaksiyona nasıl bir “anlam” yüklüyorum/yüklüyoruz? Bu durumun bendeki/bizdeki karşılığı ne? Emin olun, pek çok düğümün çözümü bu birkaç sorunun cevabını düşünmeye emek vermekle başlıyor. Şirket içinde bir kültürü oluşturmak emek ister, hele hele mevzu iletişim kültürü olunca, insan odaklı olunca, değişkenleri fazla olunca daha da fazla emek ister. Zihnin yanılsama (illüzyon) oluşturma potansiyeli çok yüksek. Tüm sürece olumsuz ket vuran sebeplerden biri de burada saklı. Illüzyon hakikatin üzerini örtüyor. Böylece, şirket içi iletişim süreçlerinde “proaktif” düşünülmesi ve davranılması gerekirken tam tersi bizleri reaktif alana sıkı sıkıya bağlı kılıyor. Biraz önce ne demiştik hatırlayalım; unutmaya potansiyelimiz var, iş hayatına ve yaşama dair var olma mücadelesi veren bir doğamız



bulunuyor üstüne üstlük çoğu zaman “konfor alanı”nda (comfort zone) yaşıyor ve gelişim alanına doğru yolculuk yapma cesaretini kendimizde bulamayabiliyoruz. Fakat yine hatırlayalım tabiatımızda öğrenmek, gelişmek ve süreçlere uyum sağlamak gibi müthiş gizemlerde var. Bunun avantajını sonuna kadar kullanmalıyız.

Önerim şirketlerin iletişim kültürünü oluşturmak için “şirket içi/kurumsal iletişim haritasını” oluşturmaya başlamaları yönünde oluyor. Harita oluşumunda izlenmesi fayda sağlayabilecek yol haritasını da şu şekilde sıralayabilirim.

1. Şirket içinde kullanılan sözlü iletişim dilinin kodları ve kalıpları

2. Şirket içinde kullanılan yazışma dilinin kodları ve

kalıpları

3. Çalışanların sözlü ve yazılı dil kodları

4. Kişilik özelliği temelli iletişim kodları vb.

Şirket içinde çalışanlarla ve çalışanlar arasında etkili iletişim kurmak, iletişim becerilerine katkı sağlamak yılmadan emek isteyen bir süreç. Sonuçları da zamana yayılan ve kümülatif olarak görülmeye başlanan bir niteliğe sahip. Yazının başında da belirttiğim gibi iletişim kalıplaşmış tekniklerle, bir takım güzellmelerle veya formüllerle geliştirilecek bir süreçten oluşmuyor.

Gelelim tekrar Aristo'ya...Aristo'nun tanımıyla “pathos” işin içinde mutlaka olmalı çünkü, “duygudaşlık” şirketlerin iletişim ikliminin ve kültürünün oluşumunda kalıcı etkiyi sağlayan en önemli enstrüman.

MAL TALEP

Yurtdışından 22 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) şubat ayı içerisinde farklı ülkelerden birçok işbirliği teklifi geldi. Sizler için 22 farklı işbirliği çağrısını derledik.

1 ABD

Firma Adı: Shishli Dış Ticaret
Adres: Halaskargazi Cad. Etfal Sok.
B.Blok No:12 Şişli - İstanbul
Yetkili Kişi: Suzan Aykol / Yurt Dışı
Pazarlama Müdürü
Cep Tel: +90.548.8242580

e-mail: marketing@shishli.com
İstanbul merkezli dış ticaret firmasının, ABD'ye ihraç edilmek üzere bay/bayan hazır giyim ürünleri üreticileri ile görüşmek istediği bildiriliyor.

2

Firma Adı: Anatolia Group
Limited Partnership
Adres: 30 E. Georgia St. #414
Indianapolis, IN,
Yetkili Kişi: Arif Uğur / Managing
Partner

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; Amerika'ya ürün ihraç edecek olan yaşam bilimleri endüstrilerindeki şirketlere ürünlerin FDA kaydı ve uyumluluğu için paket çözümler sunduğu bildiriliyor. FDA (U.S. Food and Drug Administration / A.B.D. Gıda ve İlaç İdaresi) A.B.D. Sağlık Bakanlığı'na bağlı; gıda, diyet eklentileri, ilaç, biyolojik medikal ürünler, kan ürünleri, medikal araçlar, radyasyon yayan aletler, veteriner aletleri ve kozmetiklerden sorumlu kuruluşudur.

3

Firma Adı: Anatolia Group
Limited Partnership
Adres: 30 E. Georgia St. #414
Indianapolis, IN
Yetkili Kişi: Arif Uğur - Managing
Partner
Tel: +1.317.478-0896
e-mail: info@anatoliadefense.com

ABD, Indianapolis'de mühendislik, geliştirme, imalat, onarım ve lojistik alanlarında müşterilerinin ihtiyaç duyabilecekleri her konuya çözüm getirmek için kurulmuş olan ve gelişmiş bir uluslararası ağa sahip olduğu belirtilen Anatolia Group LP Şirketinin; yeni kurulan ve henüz bir finans direktörü istihdam etmemiş şirketler için de bir dizi dış kaynaklı finansal danışmanlık hizmeti sunduğu bildiriliyor. Şirketin finansal hizmetler danışmanlık grubunun, finansal çözümler ve ihtiyaçlar doğrultusunda IPO hazırlığı, denetim hazırlığı, tahakkuk muhasebesine dönüştürme, iç kontrol ve altyapı, gelir tanıma, tahakkuk muhasebesi, birleşme ve satın alma (M & A) desteği, şirket işlerinin tersine dönmesi ve çözünmesi durumlarında destek hizmetleri sunduğu belirtiliyor.

4 BULGARİSTAN

Firma Adı: Pharma Vet Ltd. - Shumen

Tel: +359.54.801-215;

e-mail: farma_vet@abv.bg

web: https://farmavet.bg

Bulgaristan'ın Ankara Büyükelçiliği, Ticari ve Ekonomik İlişkiler Ofisi tarafından; veteriner ilaçları ve evcil hayvanlar için granül yem üreticisi olan Pharma Vet Ltd. - Shumen Şirketinin, ürünlerinin Türkiye'de tanıtım, temsilciliğini, satışını yapabilecek firmalarla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor. Şirketin iyi üretim uygulamalarını karşılayan 30'dan fazla lisanslı ürüne ek olarak yem, süt ikameleri, biyositler ürettiği ve Sağlık Bakanlığı'na kayıtlı 40'dan fazla farklı hijyenik müstahzar üreticisi olduğu belirtiliyor.

5 HOLLANDA

Firma Adı: Spa World Hotel

Adres: Hamdijk 5, 9693 TB Bad Nieuweschans The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Sedat Güren

Tel: +31.50.2600605;

e-mail: sedat@dewereldbazar.nl ;

web: www.dewereldbazar.nl

Hollanda - Almanya sınırında, yurttaşımıza ait 35 000 m2 arazide bulunan, tüm ruhsatları alınmış, 170 odalı 4000 m2 kapalı subtropik ve 600 m2 (36 °C) açık termal havuzlu termal otel projesine yatırımcı ortak arandığı bildiriliyor.

Firma Adı: Europa & Turkey Trade Information Centre

Adres: Nieuwe Stationsweg 9/B3 9751 SZ Haren, The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Sedat Güren

Tel: +31.50.2600605

e-mail: info@europe-turkey.com

web: www.europe-turkey.com

Avrupa ve Balkan ülkelerine açılım yapmak, şirket kurmak ve devamındaki idari ve hukuki işlemler için destek almak, gayrimenkul almak, yatırım yapmak, ürünlerini sürekli olarak toptan

satış ve bayilik yöntemiyle satmak isteyen tüm üreticilere gereksinim duydukları hizmetleri profesyonelce verdiklerini ifade eden yurttaşımız Cemil Sedat Güren, müşterilerinin karşılaştıkları zorlukları aşmada yardımcı olabileceklerini belirtiyor.

7 İRAN

Firma Adı: İbrahim Ramazani

Adres: Bazirgan - 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: Hafte 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.

9 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 kumaşlarda 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 yapılacak.

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 /



MAL TALEP



aħşap / aħşap-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.

11 KARADAĐ

Firma Adı: Europa & Turkey Trade Center

Adres: Hamdijk 5, 9693 TB Bad Nieuweschans, The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Güren

Cep Tel: +31.646.62 08 25

e-mail: sedat@dewereldbazar.nl

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. Cemil Güren, Avrupa'da iş kurma ve oturma izni almanın en kolay yolunun Karadađ Cumhuriyeti (Montenegro) üzerinden olması sebebiyle çalışmalarını bu ülke üzerine yoğunlaştırdıklarını

ifade ediyor. Ayrıca Karadađ Cumhuriyeti'nin 2023 yılında Avrupa Birliği'ne tam üye olacağını belirten yurttaşımız, Avrupa'da iş kurmak ya da yerleşmek isteyenlerin kendilerine başvurabileceklerini belirtiyor.

12 KENYA

Firma Adı: Moel Enterprises C/o AVT/DUPONT GROUP

Adres: Afriq Centre, Office # 5, Mombasa Road, P.O. Box 53876---00200, City Square, Nairobi, Kenya,

Yetkili Kişi: MOHAMMED H. KARUGU

e-mail: mkarugu65@gmail.com ; web: Kenya merkezli bir Doğu Afrika firması; Doğu Afrika'daki çeşitli iddialı ve kombine projeleri için Türkiye'den JV ortakları aradığını bildiriyor. Söz konusu projeler: yerel ve ihracat pazarlarını hedef alan bir çiftlik projesi ve çiftçilik, rüzgâr ve güneşten hibrid elektrik enerjisi üretimi, hidroelektrik elektrik enerjisi üretimi, CNG ve EV'li taşıtların montaj tesisi, hem LPG hem de doğalgaz için Kenya'da (Mombasa) bir gaz depolama tesisinin inşaa edilmesi.

Firma Adı: Moel Enterprises C/o AVT/DUPONT GROUP

Adres: Afriq Centre, Office # 5, Mombasa Road, P.O. Box 53876---00200, City Square, Nairobi, Kenya,

Yetkili Kişi: MOHAMMED H. KARUGU
e-mail: mkarugu65@gmail.com ; web: Kenya merkezli bir Doğu Afrika firması; Kenya menşeli aşığıdaki ürünlerini ülkemize ihraç etmek istediğini bildiriyor. Çay (aromalı, yeşil çay dahil), kırmızı soğan, mango cipsleri, muz unu, yemeklik ayçiçeği ve palm yağı, macadamia ve kaju fıstığı, Kenya'nın dünyaca ünlü kahvesi, baharatlar, susam tohumları, taze zencefil, bal, chia tohumları ve biberiye. Firma, Türkiye'den de hurma, zeytinyağı ithal etmek istediğini belirtiyor.

14 ROMANYA

Firma Adı: FRD Center

Adres: 5 Orzari str., bl. 46bis 021551Bucharest, Romania,

Yetkili Kişi: Andrei BOJOR

Tel: +40.21.411 1459

e-mail: andrei@frdcenter.ro

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

15 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.

16 **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.

17 **Firma Adı:** ACK Group LLC
Adres: 49/65, Bolshaya Kazachya
 Street, Saratov, Russian Federation
Yetkili Kişi: Ms. Victoria Krivosheyeva
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.

18 **Firma Adı:** Intensive
 technologies, LLC
Adres: Office 13, 5, Smolyaninova Street,
 214031, Smolensk, Russian Federation
Yetkili Kişi: Yuri Lavrov
Tel: +7.910.726 84 95
e-mail: lavrov@hozain.com
web: www.hozain.com
 Rusya Federasyonu Ticaret Temsilciliği
 tarafından; "Hozain" markası altında
 sığır besiciliği için tarım makineleri
 (yatay ve dikey tip yem karıştırıcıları,
 sığır yatakları için saman üfleyciler,
 tarımsal yüklerin nakliyesi için yarı
 römorklar, gübre serpm makineleri)
 üreten Intensive technologies, LLC
 Şirketinin, ürettiği makinelerin başka
 ülkelerde satışı için bayiler (ticari ortak)
 aradığı bildiriliyor. Şirket bu ticari



işbirliğinin dışında Rusya'da tarım
 makineleri üretimi için bir de stratejik
 ortak arıyor.

19 **Firma Adı:** AGRO TRADE LTD
Adres: 21403S molensk bölgesi,
 Smolensk şehri, N-Neman sokak, No23b,
 ofis.52 Russian Federation,
Tel: +7.920.3355720;
e-mail: agrotrade.sm@yandex.ru
 Rusya Federasyonu Ticaret Temsilciliği
 tarafından; mantar önleyici özelliklerine
 sahip, bakır ve amonyak bazlı yeni nesil
 "MedAgro" ve "CopperAgro" adlı çevre
 dostu tarım ilaçları ile hayvancılıkta
 kullanılan veterinerlik ilaçları üreten
 AGRO TRADE LTD. Şirketi'nin ürünlerini
 Türkiye piyasasına da sunmak istediği
 bildiriliyor.

20 **Firma Adı:** MERCURY
Adres: Russian Federation, Altai
 Region, Barnaul, Lenina pr., 156-A, ,
Tel: +7.3852.500-289
e-mail: agroexport@22brn.ru
 Rusya Federasyonu Ticaret Temsilciliği
 tarafından; Altay Bölgesi'nde kendisine
 ait 70 000 hektar arazisinde çeşitli
 tarımsal ürünlerin üretimi, işlenmesi ve
 ticareti konusunda uzmanlaşmış olan
 MERCURY Şirketi'nin Ülkemize tahıl
 ürünleri (buğday, karabuğday, yulaf),
 yağlı tohumlar (keten tohumu, kolza
 tohumu, ayçiçeği tohumu) ve bezelye,
 soya fasulyesi, yeşil mercimek, kırmızı
 mercimek, kolza yağı ihraç etmek
 istediği bildiriliyor.

21 **Firma Adı:** Sibirskiy Znaxhar
Yetkili Kişi: Vladimir Rettling /
 Export Director
Tel: +7.800.222-05-52
e-mail: sale@sibznahar.com
web: https://sibznahar.ru/en
 Rusya Federasyonu Ticaret Temsilciliği
 tarafından; Sibirskiy Znaxhar, 000 adlı
 Rus Şirketinin, Sibirya'da yetişen
 bitkilerden üretilen, herhangi bir
 kimyasal katkı maddesi içermeyen çam
 kozalağı reçeli, çam kozalağı şurubu ve
 farklı dut şurupları, dut marmeladı,
 doğal el yapımı çikolata ve bitki çayları
 ihraç etmek istediği bildiriliyor.

22 **Firma Adı:** Siberian Ecological
 Products LLC
Adres: Kombinatnaya street, 3 of.111
 City of Novosibirsk, Russia, 630015,
Yetkili Kişi: Timofeev Semen
 Sergeevich / CEO
Tel: +7.913.371-33-77
e-mail: info@eco-sib.com
web: www.eng.eco-sib.com
 Rusya Federasyonu Ticaret Temsilciliği
 tarafından; Altay Dağları, Sibirya taiga
 topraklarında yetiştirilen ekolojik
 ürünler ihraç eden "Siberian Ecological
 Products" LLC Şirketinin yüksek kalitede
 ekolojik ürünleri ülkemize de ihraç
 etmek istediği bildiriliyor. Şirketin,
 böcek ilaçları, sentetik mineral gübreler,
 büyüme düzenleyicileri, gıda katkı
 maddeleri ve genetiği değiştirilmiş
 ürünler kullanılmaksızın yetiştirilen gıda
 ürünlerini ihraç ettiği belirtiliyor.

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
Samsun Mobilya Dekorasyon Fuarı 2020	10 MART 2020	15 MART 2020	5.Mobilya, İç Mimarî, Aydınlatma, Dekorasyon ve Aksesuarlar 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 Karrier Fuarı	11 MART 2020	12 MART 2020	Yüksek Öğrenim 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 Tekstili, Bahçe Mobilyaları, Ev Elektronikleri ve Aksesuarları Fuarı	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum EV'leniyoruz	11 MART 2020	15 MART 2020	Evlilik Hazırlık, Konut Projeleri, Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye, Kıyafet, 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 Çağdaş 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
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 Hayvancılık ve Gıda ve Canlı Hayvan	Balkesir
PET İzmir Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Evil Hayvan Ürün, Malzeme ve Aksesuarlar	İzmir
Ortaoğu İnşaat Fuarı	12 MART 2020	15 MART 2020	Yapı Malzemeleri,Yapı Teknolojileri,Elektrik Sistemleri,Malzeme Otomasyon,Asansör,İş ve İnşaat Makineleri,Doğalgaz,İstma, Soğutma,Havalandırma ve Tesitat Malzemeleri Fuarı	Dişarbakır
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 Yurt dışı 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 Yurt dışı Eğitim Fuarı	17 MART 2020	17 MART 2020	Yurt Dışı Eğitim	İzmir
Marx	18 MART 2020	21 MART 2020	21.Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Dekorasyon, Servis Ekipmanları ve Gıda İhtisas Fuarı	Muğla
Broad 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
Karavantalya	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, Müzeleşme 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, Altı Yapı, Mühahhlik 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, İstifleme, 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
İDEV 2020	19 MART 2020	22 MART 2020	Düğün Hazırlık, Ev Tefrisi ve Dekorasyonu	Kocaeli
Doğu Marmara 2. Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı	19 MART 2020	22 MART 2020	Kozmetik, Kişisel Bakım Ürünleri	Kocaeli
IEFT Yurt dışı 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, Saatler Hediye Eşyalar, İlgili Yan Sanayi	İstanbul
Turkcoat & 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
Kepaz Kitap Fuarı	20 MART 2020	29 MART 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Antalya
IEFT Yurt dışı 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 Havacılık ve Uzay Sanayi Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Savunma,Kara,Deniz,Hava Üretim Yeternekleri	İstanbul
Hayat Yapı Dekorasyon Gayrimenkul, Belediye Fuarı	25 MART 2020	29 MART 2020	Yapı Malzemeleri, Dekorasyon, Gayrimenkul Belediye İhtiyaçları ve Çevre Teknolojileri	Hayat
Çankale Evlilik Fuarı	25 MART 2020	28 MART 2020	Evlilik İçin Gereklî Ürünler	Çankale
İBAKTECH	26 MART 2020	29 MART 2020	Ekmeç, Pasta Makineleri, Dondurma, Çikolata Teknolojileri	İstanbul
Belediye İhtiyaçları Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Belediye İhtiyaçları, Çevre Teknolojileri, Altyapı ve Mühahhlik 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, Hediyelik Eşya, Dekoratif Ev Tekstili ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul
Çukurova Ağız İşleme Makineleri Fuarı 2020	26 MART 2020	29 MART 2020	Ağız İşleme Makineleri, Mobilya İmal Makine ve Tezgahları, Kesici-Delici Takımlar, Presler ve El Aletleri	Adana
Çukurova Mobilya Yan Sanayi Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları, Dışemelik Kumaşlar, Kapa, Pencere ve Ağız Teknolojisi ve Orman Ürünleri	Adana
Meryaşı, Yapı İnşaat ve Tedarikçileri Fuarı	26 MART 2020	29 MART 2020	Yapı, İnşaat Malzemeleri Fuarı	Mersin
Antalya City Expo 9. Şahircilik&Teknolojileri Fuarı	26 MART 2020	28 MART 2020	Belediye Ekipmanları ve Teknolojileri	Antalya
HEFI Ev Elektronikleri Fuarı İstanbul	26 MART 2020	29 MART 2020	Beyaz-Kahverengi Eşya, Ana ve Yan Sanayi	İstanbul
7.MAGROTEX'20	26 MART 2020	29 MART 2020	Tarım Gıda ve Hayvancılık 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 Hazırlık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Ev ve Evlilik Hazırlık Yapan Çiftleri 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	Seracılık, Bahçecilik, Fidancılık, Tohumculuk, Çiçekçilik, Süs Bitkileri ve Teknolojileri	Kocaeli
Doğu Marmara 3. Tarım, Hayvancılık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Tarım, Hayvancılık, Tavukçuluk, Süt Endüstrisi	Kocaeli
Konya Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Mobilya, İç Mimarî, Dekorasyon ve Aksesuarlar	Konya
Konya İdeal Ev Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Ev Tekstili, Halı Züccaciye,Mefrusat, Ev Elektronikleri,Beyaz Eşya,Mutfak,Banyo,Havuz,Sauna, Safety	Konya
Konya Evlilik Hazırlık Fuarı	01 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Evlilik Hazırlık - Mobilya Aksesuar,Dekorasyon, Züccaciye,Gelinlik,Damatlık,Abiye,Kıyafet,Çeyiz,Halı, Düğün Organizasyonu,Beyaz Eşya,Ev Elektronikleri	Konya
9. Trakya Havz., Tarım, Süt Ürünleri ve Tohum Fuarı	01 NISAN 2020	04 NISAN 2020	Hayvancılık Ekipmanları, Tarım, Gıda, Süt Teknolojileri, Kimes Hayvanları, Üretim Mekanzasyonu, Hayvan Barnakları, 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 Turizmli 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, Tesitat, İstma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri	Samsun
AutoMechanika İstanbul	02 NISAN 2020	06 NISAN 2020	Uluslararası Otomotiv Üretim, Dağıtım, Bakım ve Servis Elemanları Fuarı	İstanbul

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
Akdeniz Turizm Fuarı	02 NISAN 2020	06 NISAN 2020	Kültür,Sağlık,Gastronomi Turizmi	Mersin
4. Hatay Kitap Fuarı	03 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Kitap, Sürreli Yayın	Hatay
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları (MODEP 2020)	04 NISAN 2020	05 NISAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	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
Diyanbakır Tarım Hayvancılık Fuarı	07 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Tarım, Hayvancılık,Tavukçuluk ve Süt Endüstri Fuarı	Diyanbakır
AgriTech	08 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Fethiye Tarım, Hayvancılık, Seraçılık ve Gıda ve Tarım Makineleri	Muş
Villa Decar Bodrum Bodrum Mobilya Bahçe Mobilyası	08 NISAN 2020	11 NISAN 2020	Mobilya Mutfak Bahçe Mobilyası ve Perzaj Matzemeleri	Muş
ICSG 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 Matzemeleri, Kapı, Pencere, Mutfak	Şanlıurfa
Şanlıurfa Otomobil ve Yan Sanayi Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Otomobil, Ticari Araçlar, Motosiklet, Aksesuar, Otomotiv Yan Sanayi, Garaj Ekipmanları, Akaryakıt İstasyonları	Şanlıurfa
Doğu Anadolu Erzurum İnşaat Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Yapı, Yapı ve İnşaat Matzemeleri, Tesiilat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum 2. Gayrimenkul Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum Kent Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Belediye İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri Çevre Teknolojileri	Erzurum
Bursa Yapı Fuarı(Güneş Enerjisi Özel Bölümü)	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	18.Yapı ve İnşaat Matzemeleri, Dekorasyon ve Aksesuarları, Isıtma, Soğutma, Havalandırma ve Teknolojileri Fuarı	Bursa
Rising City Bursa Gayrimenkul Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	5.Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman Fuarı	Bursa
IDEX 2020	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Ağız ve Diş Sağlığı Konusundaki Teknoloji ve Yenilikler	İstanbul
9.İhtisas Cami Yapı Ekipmanları Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Cami Yapı Ekipmanları	İstanbul
Spor ve Aktif Yaşam Fuarı (e-spor Özel Bölümü)	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Spor Ekipmanları, Fitness & Wellness, Indoor ve Outdoor Sporları, Sporcu Sağlığı ve Spor Modası	İstanbul
Kauçuk 2020	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Kauçuk Endüstrisi	İstanbul
20. Expositiv Antalya Fuarı	09 NISAN 2020	12 NISAN 2020	Gümmüş, Saat ve Malzeme Fuarı	Antalya
Yozgat Evlilik Hazırlık Fuarı	10 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Evlilik ve Düğün Hazırlıklarına Dair Her şey	Yozgat
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	10 NISAN 2020	10 NISAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İzmir
Yozgat Yapı ve Mobilya Fuarı	10 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Yapı, Gayrimenkul, Mobilya, Beyaz Eşya, Ev Tekstili	Yozgat
CNR İMOB Mersin Mobilya Fuarı	11 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Hali, Mobilya, Ev Tekstili, Davanlık, Tünelim Malları, Aksesuar, Mutfak Matzemeleri	Mersin
27.Mesir Sanayi ve Ticaret Fuarı	14 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Sanayi ve Ticaret Ürünleri Hizmet Grupları	Manisa
1. Demiryolu Endüstrisi, Altyapı ve Teknolojileri Fuarı	14 NISAN 2020	16 NISAN 2020	Demiryolu, Raylı Sistemler, Altyapı, Ulaşım Teknolojileri	Eskişehir
EgeEvlilik 2020	15 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Mobilya, Yatak Baza Dekorasyon, Gelinlik, Abiye, Foto	Denizli
Gürme İzmir	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Zeytin, Zeytinyağı, Süt Ürünleri, Şarap ve Teknolojileri	İzmir
Gürme İzmir - "11. Ekoloji İzmir Fuarı"	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Organik Ürünler	İzmir
SHOEXPO İzmir 47.Ayakkabı ve Çanta Fuarı	15 NISAN 2020	17 NISAN 2020	Ayakkabı ve Çanta	İzmir
24. İsparta SanteK	15 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Yapı, Dekorasyon ve Mobilya ve Ev Tekstili Ürünleri	İsparta
14.Malatya Tarım Tekn. Makine Havv. ve Ekip. Fuarı	15 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Tarım Teknolojileri, Makine, Hayvancılık	Malatya
12. Yerele Zincirler Buluşmaları 2020 Konferansı ve Fuarı	15 NISAN 2020	16 NISAN 2020	Market Donanımları ve Zincir Marketlerde Satılan Ürünler	İstanbul
PLASTPAK	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Plastik Makineler, Kimyasallar,Ham maddeler,Kalıp,İs ve Kontrol Çihazları,Hidrolik-Prömatik,Ambalaj Ürünleri, Ambalaj Makineleri, İçecek ve Sıvı Gıda Teknolojileri, Baskı Tekn.	İzmir
İzmir 3.Mobilya Yan Sanayi, Aks. Orman Üm. Fuarı	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Ahşap Orman Ürünleri ve Matzemeler,Mobilya Aksesuarları, Oturma Grubu ve Yatak Üretim Matzemeleri	İzmir
IWOOD 2020	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Ağaç İşleme Makineleri,Mobilya İmal Makine ve Tezgahları,Kesici Takımlar,El Aletleri	İzmir
GURME 2020 Kayseri Gıda ve Yöresel Lezzetler Fuarı	15 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Gıda, İçecek Ürünleri, Yöresel Ürünler, Gıda İşleme, Unlu Mamuller Teknolojileri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Mağaza-Market Ekipmanları	Kayseri
3. PHARMANEXT	15 NISAN 2020	17 NISAN 2020	İlaç, İlaç Bileşenleri, Paketleme ve Üretim Ekipmanları, Kontrat Hizmetleri	İstanbul
5. BIOTECHNICA	15 NISAN 2020	17 NISAN 2020	Biyoproses, Biyoanalitik, Biyoenforsasyon, Endüstriyel Biyoteknoloji, AR-GE	İstanbul
4.ANALYTECH	15 NISAN 2020	17 NISAN 2020	Analiz ve Laboratuvar Teknolojileri, Kimyasallar, Kalite Kontrol Ölçümleri	İstanbul
İCİ - Uluslararası Enerji ve Çevre Fuarı ve Konferansı	15 NISAN 2020	17 NISAN 2020	Enerji Üretimi, İletimi ve Dağıtımı	İstanbul
Çanakkale 3.Tarım Fuarı	15 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Tarım, Tarım Teknolojileri	Çanakkale
10. Van Doğu Anadolu Tarım, Hayvancılık ve Gıda F.	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Tarım, Hayvancılık, Seraçılık, Organik Gıda, Sulama	Van
Teke Yöresi 6.Cami Hayvan, Havv., Tarım Ma. Fuarı	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Tarım, Hayvancılık ve Makine Teknolojileri	Burdur
HuntTrade Turkey Av, Doğa Fuarı	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Avcılık, Atıcılık ve Doğa Sporları Matzemeleri	Antalya
INELEX	16 NISAN 2020	18 NISAN 2020	Asansör ve Asansör Teknolojileri	İzmir
13. Door Fair Wood Mach	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Ahşap İşleme Makineleri, Kapı ve Kapı Ekipmanları	İstanbul
Bolu 2. Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Tarım Makineleri, Hayvan Yetiştiriciliği Makine Ekipman ve Teknolojileri	Bolu
Bolu Decobooss- 2.Yapı, Mobilya ve Ev Tekstili Fuarı	16 NISAN 2020	19 NISAN 2020	Yapı, Konut, Dekorasyon, Elektrik, Mobilya, Ev Tekstili	Bolu
Türkeybulid İstanbul 2020 - 43.Yapı Fuarı	18 NISAN 2020	22 NISAN 2020	Yapı, İnşaat Matzemeleri ve Teknolojileri	İstanbul
EVTEKS 2020 - 26.İstanbul Ev Tekstili Fuarı	21 NISAN 2020	25 NISAN 2020	Ev Tekstili	İstanbul
TOS-H Expo - 4. Türk İş Güvenliği ve Sağlığı Fuarı	03 MAYIS 2020	06 MAYIS 2020	İş Yeri ve İş Güvenliği ve Sağlık Çalışma Koşullarının Sağlanması	İstanbul
39.Kitap ve Kültür Fuarı	04 MAYIS 2020	19 MAYIS 2020	Baskı, Sesli, Görüntülü Yayınlar	İstanbul
39.Kitap ve Kültür Fuarı	05 MAYIS 2020	19 MAYIS 2020	Baskı, Sesli, Görüntülü Yayınlar	Ankara
CNR Mersin Anne- Bebek Çocuk Fuarı	07 MAYIS 2020	10 MAYIS 2020	Bebek Çocuk ve Annelelikle İlgili Tüm Ürün ve Hizmetler	Mersin
9. Eksposhoes İstanbul Ayakkabı Saracılığı Moda Fuarı	12 MAYIS 2020	14 MAYIS 2020	Ayakkabı, Çanta, Kemer, Çuzaan	İstanbul
6.Çin Ürünleri Fuarı	14 MAYIS 2020	16 MAYIS 2020	Genel Ticaret	İstanbul
Deri ve Kürk Konfeksiyon Fuarı	17 MAYIS 2020	20 MAYIS 2020	Deri ve Kürk Konfeksiyon	Antalya
TDK Deri ve Kürk Moda Sov	19 MAYIS 2020	22 MAYIS 2020	Deri Konfeksiyon Ürünlerinin Fuarı	Antalya
Çanakkale 2. Kitap, Eğitim ve Sanat Fuarı	30 MAYIS 2020	07 HAZİRAN 2020	Kitap, Eğitim, Sanat	Çanakkale
ITM 2020	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Tekstil, İplik, Dokuma, Örgü, Boya, Terbiye, Baskı, Dijital Baskı, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasalları	İstanbul
HIGHTEX 2020	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Teknik Tekstiller, Nonwovens, Hammaddeleri, Üretim Teknolojileri,	İstanbul
SEDEC TÜRKİYE 2020	02 HAZİRAN 2020	04 HAZİRAN 2020	Anayurt, Sınır ve İç Güvenlik	Ankara
Tarım Tek Polatı	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Tarım Gıda ve Hayvancılık	Ankara
Doğu Anadolu Erzurum 3. Kitap Fuarı	02 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Kitap, Sürreli Yayınlar	Erzurum
Tarım Günleri Fuarı 2020	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Açık Alan Uygulamalı Tarım Fuarı	Tekirdağ
Aysaf 24. Uluslararası Ayakkabı ve Yan Sanayi Fuarı	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Ayakkabı Yan Sanayi Ürünleri, Aksesuar, Deri, Suni Deri, Taban, Tekstil, Makineler, Kurum Mümeslilikleri ve Dergiler	İstanbul
CNR KALÇUK	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Kauçuk ve Plastik Endüstrisi	İstanbul
Konya İmalat Teknolojileri Fuarı (K.I.T. 2020)	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Metal İşleme Makineleri,Sac İşleme Mak. Kaynak-Delme-Kesme Tekn.Robotik Sistemler, Elektrik, Elektronik, Otomasyon,İstifleme,Yükleme, El Aletleri, Hırdavat, Kalıp ve Döküm Tekn.	Konya
9.Uluslararası İstanbul Av, Sıhah ve Doğa Sporları Fuarı	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Av, Sıhah, Balıkçılık ve Doğa Sporları	İstanbul
İstanbul Peynir Fuarı	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Peynir ve Süt Ürünleri Üreticileri	İstanbul
16.Çukurova Altın Mücevher ve Gümmüş Fuarı	05 HAZİRAN 2020	08 HAZİRAN 2020	Altın, Mücevherat, Gümmüş, Saat, Gözlük ve Aksesuarları	Gaziantep
Powder Tech	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	Toz, Granül ve Dökme Halindeki Hammaddelerin İşlenmesini Sağlayan Teknoloji ve Makineler	İstanbul
39.Uluslararası İstanbul Anne Bebek Çocuk Ürünleri F.	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	İstanbul
KALITE 20	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	10.Kontrol, Otomotiv, Havacılık ve Uzay Teknolojileri Test Ekipmanları,Meteoroloji ve Endüstriyel Yazılım Fuarı	İstanbul
BURSAF / 5. Bursa Ayakkabı ve Deri Ürünleri Fuarı	17 HAZİRAN 2020	20 HAZİRAN 2020	Ayakkabı ve Deri Ürünleri	Bursa
1. Akdeniz Evcil Hayvan Ürünleri Fuarı	18 HAZİRAN 2020	21 HAZİRAN 2020	Evcil Hayvan Ürün Matzeme ve Aksesuarları	Antalya
Beauty Eurasia 2020	18 HAZİRAN 2020	20 HAZİRAN 2020	Kozmetik, Güzellik, Parfüm, Estetik, Kudför, Temizlik, Ambalaj	İstanbul

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

2 Mart Pazartesi

- Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin 2019 Yılına İlişkin Gelir Vergisi Beyanı ve 1. Taksit Ödemesi
- 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 Beyanı ve Ödemesi
- Diğer Ücretlerin Gelir Vergisinin İdarece Tarhı ve 1. Taksit Ödemesi

10 Mart Salı

- 16-29 Şubat 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 16-29 Şubat 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

16 Mart Pazartesi

- Şubat 2020 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

20 Mart Cuma

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

24 Mart Salı

- 1-15 Mart 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

25 Mart Çarşamba

- 1-15 Mart 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Mart Perşembe

- Şubat 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 01/03/2020-26/03/2020 Şubat 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

31 Mart Salı

- 7020 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 17. Taksit Ödemesi
- 7143 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 10. Taksit Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Beyanı ve Ödemesi
- GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Beyannamenin Verilmesi
- 2019 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisi Beyannamesinin Verilmesi ve 1. Taksit Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Şubat 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)

1 Nisan Çarşamba

- 2020 Yılı Emlak Vergisi 1. Taksit Ödemesinin Son Günü (1 Mart - 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasında)
- 2020 Yılı Çevre Temizlik Vergisinin 1. Taksit Ödemesinin Son Günü (1 Mart - 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasında)
- 2020 Yılı Emlak Vergisi 1. Taksit Ödemesinin Başlangıcı (1 Mart - 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasında)
- 2020 Yılı Çevre Temizlik Vergisinin 1. Taksit Ödemesinin Başlangıcı (1 Mart - 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasında)



Ekonomist 48 SAYI FİYATINA 52 SAYI 432₺



**ADRESİNİZE
ÜCRETSİZ
TESLİM!**

**KREDİ KARTINA
3 TAKSİT İMKANI**

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



DOĞAN BURDA DERGİ

www.dbabone.com / abone@doganburda.com

0212 478 03 00



Garanti BBVA Partners'la rüzgâr girişimciden yana!

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

