

DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN 21 İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

KOBİ

Garanti

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

MART 2018

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA



KADIN GİRİŞİMCİLERİN büyüme planları

- ilham veren 16 kadın girişimcinin başarı stratejileri
- Önümüzdeki dönemde nerelere yatırım yapacaklar?

40 ŞUBEYİ 200'E ÇIKARACAK

TÜRKİYE'NİN İLK KOMPOZİT AHŞAP PANEL TESİSİ

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÇÖZÜMLER SUNUYOR

Esnafın derdine çare Bahar Kredisi Garanti'de.

Bahara girerken esnaf ve KOBİ'lere özel ticari taksitli destek kredisi
Garanti Cep ve Garanti Şubelerinde.

garanti.com.tr



/garanti

/garantibankasi



Garanti

Başka bir arzunuz?



Garanti Şubeleri



Garanti İnternet



Garanti Cep

**Esnaf ve
KOBİ'lerin
Garantisi**



Bu kampanya 31 Mart 2018 tarihine kadar geçerlidir. Kampanya kapsamında minimum 1 ay, maksimum 48 ay vadeli kredi kullanılabilir. Krediler aylık eşit taksitli kullanılacaktır. Kampanya kapsamında KOBİ şahıs firmaları ve tüzel firmalar ticari taksitli kredi kullanabilirler. Garanti Cep ya da Garanti İnternet üzerinden yapılacak olan ticari taksitli destek kredisi kullanımı için kredi alt limiti 1.000 TL olup, üst limiti 50.000 TL'dir. Tarım sektöründe faaliyet gösteren "Çiftçi" belgesine sahip müşteriler ve tüzel KOBİ müşterileri Garanti İnternet ya da Garanti Cep'ten destek kredisi başvurusunda bulunamazlar. Kredi ticari taksitli kredi olup, kredi başvurusunda belge talep edilebilir. Ödeme planı KKDF'siz aylık eşit taksit ödemeli kredi için örnek ödeme planıdır. Ödemesiz dönemli krediler için hazırlanmamıştır. Ödemesiz dönemli kredi planı için şubeye görüşülmesi gerekmektedir. Kredi başvuruları, Bankamızca yapılacak nihai değerlendirme sonucu herhangi bir olumsuz duruma rastlanmaması kaydıyla kesin onaya dönüştürülecektir. Bu kampanyadan yararlanma koşulu müşterinin risklilik durumuna göre değişebilir. Bu kampanya Bankamızın diğer kampanyalarıyla birleştirilemez. Faiz oranları; ücretler, talep edilen kredi tutarı ve piyasa koşullarına göre değişiklik gösterebilir. Bankamız faiz oranını, ücret tutarlarını, vadeyi, kampanya tarih ve şartlarını değiştirme hakkını saklı tutar. Kampanyaya ilişkin ayrıntılı bilgi https://www.garanti.com.tr/tr/kobi/krediler/ticari_taksitli_krediler.page adresinden alınabilir.



Burcu Tuvay

btuvay@ekonomist.com.tr



Meleklerin 2018 ajandaları

1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı erkekler kadar kadınların da ilgi alanına girdi. Ancak ülkemizde kadınların istihdama katılımının sağlanması da büyük önem taşıyordu.

90'lardan sonra kalkınma planlarında kadın istihdamı özel olarak ele alınmaya başladı. 2000'lerden itibaren ise kadının çalışma hayatındaki durumunun iyileştirilmesine yönelik politikalar geliştirildi.

2000'li yılların başında kadın girişimci oranı sadece yüzde 4'tü. Dolayısıyla kadınların istihdamdaki payının artması için kadınların girişimciliği de özel olarak ele alınması gereken bir konu haline geldi.

Bu oran da Türkiye'de işletmelerin 120 binine karşılık geliyor. Kadınlar girişimcilik yoluyla işgücüne daha fazla katılırsa, Türkiye'nin GSYİH'sinin 2025 yılına kadar yüzde 20 artacağı öngörülüyor.

Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi Kadın Girişimciliği Araştırması'na göre Türkiye, yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından 30 ülke arasında 18'inci sırada yer alıyor. Bu skor, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizin kişi başına milli gelir düzeyine göre düşük kalıyor. Ayrıca araştırmaya katılan 30 ülkenin 14'ünde kadınların yüzde 50'den fazlasının banka hesabı bulunmadığı görülüyor. Bu alanda cinsiyet açığının en yüksek olduğu ülke ise Türkiye...

Kadın ve erkek arasında yüzde 50 düzeyinde fark bulunuyor. Kadın girişimciliği için eğitimin yanı sıra yönetim tecrübesinin de önemli olduğu gerçeğinden hareket eden araştırmada tepe pozisyonlardaki kadın oranı da inceleniyor. Bu oran Türkiye'de yüzde 10-12 civarında görülüyor. Tepe yönetimde her ne kadar iyi

olsak da bu oran genel istihdamımızı yansıtmıyor.

Girişimcilik bir yana, kadınların genel olarak istihdama katılımı açısından baktığımızda da oranların yetersiz kaldığını görüyoruz. Kadının işgücüne katılımında Türkiye, OECD ülkeleri arasında son sıralarda yer alıyor. TÜİK verilerine göre, erkeklerin istihdama katılım oranı yüzde 70 civarında iken kadın katılımı yüzde 30'un altında kalıyor. AB ve OECD ülkelerinde ise ortalama kadın istihdam oranları yüzde 58-59 civarında seyrediyor.

Tüm bu ekonomik, sosyal ve kültürel zorluklara rağmen, son yıllarda yürütülen çalışma ve projeler kendi işini kuran kadınların sayısının artmasına katkıda bulunuyor. Biz de Ekonomist Dergisi olarak 11 yıldır Garanti Bankası ve KAGİDER işbirliği ile Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nı düzenliyoruz.

Bu yarışmada gerek finale kalanlar gerekse kürsüde ödülünü alan onlarca kadın, kendi hikayeleriyle binlerce kadın girişimci adayına ilham verdi. Kendi hikayelerini yazan bu kadınlar, şimdi kabuklarından sıyrılarak gerek ülkemizde gerekse uluslararası arenada söz sahibi olmaya başladı.

Evet, hep Türkiye'nin kendi hikayesini yazmasından bahsediyoruz. Ancak bu kadın ve erkeğin eşit katılımıyla, daha adil koşullarda olmasıyla gerçekleşebilir. Biz kadınları şiddet içerikli haberlerde değil, başarı hikayeleriyle okumak, görmek ve bundan gururlanmak istiyoruz. Kapak haberimizde de 16 başarılı kadın girişimcinin büyüme stratejilerini ve gelecek dönem planlarını araştırdık.

Bu dünyaya emek veren tüm kadınların da bir kez daha Dünya Kadınlar Günü'nü kutluyoruz.

Hepinize iyi bir ay geçirmeniz dileğiyle...

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

KOBİ GİRİŞİM



YAYINCI

Doğan Burda Dergi

Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

İCRA KURULU BAŞKANI Cem M. Başar**YAYIN DİREKTÖRÜ** M. Rauf Ateş**YAYIN YÖNETMENİ** Talat Yeşiloğlu**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ** (Sorumlu) Dr. Orhan Karaca**HABER MÜDÜRÜ** Talip Yılmaz**GÖRSEL YÖNETMEN** Özcan Çayçoşar**EDİTÖRLER****KOBİ GİRİŞİM** Burcu Tuvay**BORSA - TEKNOLOJİ** Gözde Yeniova**MEDYA** Fatoş Bozkuş**HABER MERKEZİ** Levent Gökmen,

Özlem Bay Yılmaz, Sibel Atik,

Ayşegül Sakarya Pehlivan,

Aram Ekin Duran, Ceren Oral

MARKA MÜDÜRÜ Pınar Aşçıoğlu Guruhan**SAYFA UYGULAMA** Fatih K. Tural, M. Engin Bilgin**GRAFİK** Yaman Tetik**FOTOĞRAFLAR** Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi**ARŞİV** Nihal Yörükçü**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen

Tel: 0 312 207 00 71-207 00 95

ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM**TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ** M. Rauf Ateş**SATIŞ DİREKTÖRÜ** Mehmet Taşkın**FINANS DİREKTÖRÜ** Didem Kuruçcu**KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ**

Seren Urun Güven

REKLAM**GRUP BAŞKANI** Nişan Aslı Erten Çokça**SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**

Suzan Özen, Haluk Demir, Zeynep Rencedi

SATIŞ MÜDÜRÜ

Burcu Acavut, Altuğ Selçuk,

Beril Güroğlu Sözkese, Şerife Dökmetaş

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 BÖLGE TEMSİLCİSİ

Sezinur Balıkcıoğlu

Tel: 0 312 207 00 72 / 73

HEDEF SAYFALAR

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

BÖLGELER PROJELERİ VE**REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ** Dilek Ünlü

Tel: 0 212 336 53 72

YÖNETİM YERİ

Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 24

34387 Şişli İstanbul Tel: 0 212 410 32 56

BASKI

Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.

Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16

Umraniye-İSTANBUL

Tel : 444 44 03 / Faks : 0216 365 99 08-08

www.bilnet.net.com Sertifika No: 31345

DAĞITIM

Doğan Dağıtım Satış Pazarlama Matbaacılık

Ödeme Aracılık ve Tahsilat Sistemleri A.Ş.

Tel: (+90 212) 449 63 63

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 Ya-

yıncılık ve Pazarlama A.Ş.'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğ-

raf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz,

kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI

Tel: (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

abone@doganburda.com www.doganburda.com

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

İÇİNDEKİLER



Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi Kadın Girişimciliği Araştırması'na göre, Türkiye, yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından 30 ülke arasında 18'inci sırada yer alıyor. Bu skor, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizin kişi başına milli gelir düzeyine göre düşük kalıyor. Ancak son yıllarda Türkiye'de kendi işinin sahibi olan kadın girişimciler müthiş bir hızla büyüyor. Birçoğu ya ihracatla ya da açtıkları şubeler, merkez ofislerle kendi kabuklarından sıyrılarak başarılarını global pazarlara da taşıyor. Başarılarıyla ilham veren 16 kadın girişimcinin büyüme stratejilerini ve planlarını araştırdık.



Tekstil, ambalaj, gıda gibi alanlarda faaliyet Kahramanmaraşlı BLC Grup, niş bir alanda yatırım yaptı. 9 milyon TL'lik yatırımla Türkiye'nin ilk kompozit ahşap panel üretim tesisini devreye aldı. Şirket, yatırımların etkisiyle bu yıl 100 milyon TL ciro hedefliyor.



2018'de yüzde 30 büyüme planlayan Digital Planet, 1 milyar e-fatura sınırmı aşarak Avrupa'da alanındaki en büyük ilk üç şirketten biri olmayı hedefliyor. KOBİ'lerin e-fatura entegrasyonu için kampanyalar yaptıklarını söyleyen Digital Planet CEO'su Şerif Acar Beykoç, "KOBİ'lerin e-faturaya geçişte ücret ödemeyeceği alt yapı desteğinin KOSGEB üzerinden sağlanabilmesi için çalışmalar başladı" diyor. Gönüllü geçişle KOBİ'lerin dijitalleşmesine katkıda bulunacaklarını da kaydediyor.

5 40 şubeyi 200'e çıkarmayı hedefliyor

6 KOBİ Gündemi

8 KAPAK KONUSU

16 kadın girişimcinin büyüme planları

16 Türkiye'nin ilk kompozit ahşap panel tesisi

18 Kişiyi özel otomobil tasarlayacak

19 Kültür ve sanat yapıları tasarlıyor

20 Kişiselleştirilmiş çözümler sunuyor

22 KOBİ'ler Kırklareli'nde güç birliği yaptı

24 "Turizmde online satışların payı artacak"

26 Girişimcilik ofisleri kuruyorlar

28 "KOBİ'lerin dijitalleşmesine katkıda bulunacağız"

30 Anadolu'da şubeler açarak büyüyecek

32 Cem Ener:
Her ürünün yerlisi ve millisi olur mu?

34 Prof. Dr. Volkan Demir:
Şirketlerde suistimal - yolsuzluk algı endeksi raporu ve çalışan suistimalleri raporu

36 Yurtdışı mal talepleri

40 Yurtdışı fuarlar takvimi

41 Yurtiçi fuarlar takvimi

42 Vergi takvimi



Kırklareli Vize'de konumlanan Plastik İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (PAOSB), İstanbul ve Avrupa pazarına yakınlığının yanı sıra sunduğu teşviklerle KOBİ'ler tarafından tercih ediliyor. PAOSB Yönetim Kurulu Başkanı Fidan Aslan Eroğlu, "PAOSB'da sektörel güç birliği ve sinerji yaratma potansiyeli, sektörün ihtiyaçlarına özel tasarlanan modern altyapı imkanları, imalat sanayi sektörlerini kucaklayan yeni büyüme alanları da yatırımcının önünü açan faktörler" diyor.



E-ticaret, küresel ölçekte büyüme trendini sürdürürken turizm sektöründe de hacmini her geçen gün artırıyor. Seyahat ve deneyim satın alma olgularının giderek önem kazanması ile birlikte Türkiye'de de online tatil sitelerinin sayısı da her geçen gün artıyor. Sektöre giriş yapanlardan Tatilmerhaba.com da bunlardan biri... Tatilmerhaba.com Genel Müdürü Cenk Erözer, "Mobil uygulamaların hayatımıza girmesi ile online alışveriş oranları daha da büyük artış gösteriyor.



Uzun yıllar profesyonel olarak finans sektöründe çalıştıktan sonra yurtdışı eğitim danışmanlık hizmeti veren Dinamo'yu kuran Fatih Kuran, 2018'de 500 öğrenciyi yurtdışına göndermeyi hedefliyor. Anadolu'dan gelen talep üzerine büyüme kararı veren Kuran, Ankara, Kayseri, Konya, Bursa ve Trabzon'da temsilcilikler açmayı planlıyor.

FRANCHISING

Fatoş Bozkuş / fbozkus@ekonomist.com.tr

40 şubeyi, 200'e çıkarmayı hedefliyor

Sarıyer'de doğan Paşafırın, 40 şubesiyle kafe-fırın konseptini bir arada sunan markalardan. Gelen franchise taleplerini inceleyip sık dokuyan markanın sahipleri; 2023 yılı sonuna kadar 200 şubeye ulaşmayı hedeflerken, yurtdışında da büyüme planları yapıyor.

Kafe-fırın konsepti son yıllarda Türkiye'de gittikçe yaygınlaşıyor. Bu alanda faaliyet gösteren markalar bir yandan Türkiye'de şubeleşirken, bir yanda da yurtdışında da büyüyor. Bu markalardan biri de Paşafırını. Üç ortağın kurucu olduğu şirket bugün Türkiye'de 37, yurtdışında 3 şubesiyle hizmet veriyor. Hedef ise 2023 yılı sonuna kadar şube sayısını 200'e çıkarmak. Almanya'da şubeleri bulunan marka, Suudi Arabistan gibi pek çok ülkede şubeleşme adına görüşmeleri sürdürüyor. Büyümeyle birlikte şu anda bin 700 metrekarede üretim yaptıkları tesisin yetmemeye başladığını anlatan Paşafırını'nın Yönetim Kurulu Üyesi Mansur Boran 5 bin metrekarelik kapalı alanı olan bir tesise geçme hazırlıkları yaptıklarından bahsediyor.

Nasıl fırıncı oldular?

Paşafırını'nın kurucusu Nedim Kaya ve Umut Ercan, lise arkadaşı. İkisi de inşaat mühendisliği okurken ikinci sınıfta okulu bırakıp yeme içme sektörünün büyüyeceği ön görüşünden hareketle bu sektörde yatırım yapmaya karar vermişler. Üniversitede çay partileri düzenleyerek kazandıkları sermayeyle ilk önce waffle ve kumpir işine girmişler. Sonrasında ise Pamuk Pastanesi'ni açmışlar Sarıyer'de. Kısa sürede bölgede tanınan bir yer haline gelmiş. Öyle ki o bölgedeki askeriye ürün veren hatta yurtdışına giden askerlere bile ürün gönderen bir pastane olmuş. Ancak iki ortak fırın, pastane ve cafe konseptinin bir arada olacağı bir konseptte yeni bir yer açmaya karar vermiş 2009'da. İsim olarak da bölgede kendilerine

takılan ismi 'Paşafırını'ni kullanmaya karar vermişler.

Sarıyer'den sonra Tarabya'da ikinci şubelerini açmışlar. Gelen franchise taleplerine uzun süre direnseler de sadece bölgenin tanıdığı bir marka olmanın dışına çıkmak için bu duruşlarından vazgeçmişler.

Üçüncü ortak katıldı

Franchise vermeye başladıkları dönemde aralarında üçüncü ortak olarak Mansur Boran katılmış. Bugün, Türkiye'de toplam 37 şube, yurt dışında ise 3 şube ile hizmet veren Paşafırını'nın Yönetim Kurulu Üyesi Mansur Boran, hedeflerinin 2023 yılına kadar 200 şubeye ulaşmak olduğunu söylüyor. Yakın zamanda Katar'da bir mağaza açma planlarından bahseden Boran, Suudi Arabistan'da 35 mağazalık bir master franchise anlaşması için görüşmeleri sürdürdüklerini belirtiyor.



MANSUR BORAN

Paşafırını için franchise giriş bedelinin 30 bin dolar, yatırım maliyeti ise m2 başına bin dolar olduğun değinen Boran, hedeflenen aylık cironun 180 bin - 200 bin TL arası, reklam katkı payını ise bin 250 TL olduğunu anlatıyor. Ayrıca markanın aylık royalti bedeli almadıklarını söyleyen Boran, mağaza kira bedelinin ise aylık ortalama 10 bin-40 bin TL arası olabileceğinin altını çizdi.

Yatırım hızlı geri dönüyor

Sektörde yatırımının geri dönüşünün hızlı bir şekilde olduğunu belirten Mansur Boran, konuşmasını şöyle sürdürüyor: "Biz franchise yatırımcılarına yatırım bedellerini 24-36 ay arasında alabileceklerini söylüyoruz. Aynı zamanda işinin başında durabilecek, mağaza yönetecek sosyal ve bölgesini tanıyan girişimcilerle ilerlemek istiyoruz. Günümüzde şehir hayatında yoğun çalışma temposunu yaşayan insanların lezzetli, hızlı ulaşılabilir ve sağlıklı tatlılara olan özlemi giderek artıyor. Bu noktada Paşafırını, lezzetli tatlılarını en hızlı şekilde tüketicilere ulaştırıyor. Bu bağlamda kafe-fırın sektörünün gelecekte çok daha rağbet görerek büyüyeceğini düşünüyoruz. Yatırım yapmak isteyenler için önu açık bir sektör olduğuna inanıyoruz. Bu noktada da bu alana yatırım yapmak isteyenler, mağaza lokasyonu'nu çok iyi araştırmalılar ve yatırım yapmak için çabuk karar vermemeleler."

KOBİ GÜNDEMİ



Ege'den ihracat rekoru

■ Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) üyesi ihracatçılar, 2017 yılında 170 ülkeye gıda ve tarım ürünleri ihraç etmeyi başarırken, Türkiye'nin gerçekleştirdiği 14 milyar 935 milyon dolarlık tarım ürünleri ihracatının yüzde 27'sine imza attı. EİB çatısı altındaki tarım ürünleri ihraç eden ihracatçı birliklerinin 2017 yılı ihracat performansına bakıldığında Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği 935 milyon 618 bin dolarlık ihracat rakamıyla ilk sırada yer aldı. Ege Tütün İhracatçıları Birliği, 928 milyon 556 bin dolarlık dövizi Türkiye'ye kazandırırken, Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 784 milyon 194 bin dolarlık ihracata imza attı. Ege Bölgesi'nden 2017 yılında 740 milyon dolarlık yaş meyve sebze ve mamulleri ihraç edilirken, Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 292 milyon 710 bin dolarlık gıda ürünleri ihracatı gerçekleştirdi. 2017 yılında her ay ihracat rekorları kıran Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 251 milyon 774 bin dolarlık ihracatı hanesine yazdırdı. Ege Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği ise; 94 milyon dolarlık odun dışı orman ürünleri ihracatını kayda aldı.

Girişimciler ringe çıktı

■ Uluslararası bir yarışma olan Get in the Ring, Türkiye'de Bilkent CYBERPARK ev sahipliğinde ikinci kez 17 Şubat'ta CYBERPARK'ta gerçekleşti. 132 ülkeden yerel finalistlerin katılımıyla global finali Lizbon'da gerçekleşecek olan yarışmanın Türkiye yerel yarışması katılımcılar tarafından yoğun ilgi gördü. Etkinlik Bilkent CYBERPARK Genel Müdürü Faruk İnaltekin moderatörlüğünde; Startups.watch kurucularından Serkan Ünsal ile gerçekleşen "Girişimcilik Ekosistemi & Yatırım" temalı panel ile başladı. Panel sonunda; şirket değerlemelerine göre orta sıklık ve ağır sıklık olarak iki farklı kategoriye ayrılarak ringe çıkmaya hak kazanan girişimciler açıklandı. Türkiye genelinde 100'e yakın başvuru alan yarışmada, 8 girişimci orta sıklıkta iki girişimci ise ağır sıklıkta yarışmak üzere ringe çıkmaya hak kazandı ve iş fikirleri ile ringde mücadele ettiler. iCaked, Seyisco, Nanomik, Freepark, Eyedius, Suya Bakan, Enhencer ve Agrovisto orta sıklıkta ringe çıkmaya hak kazanan girişimciler iken, Atar Labs ve App Samurai ağır sıklıkta yarışmacıları oldu.



Dev markalar ve melek yatırımcılarla buluşma

■ Etohum'un ikincisini düzenlediği "Early Customer Demo Day" etkinliğiyle girişimciler, dev markalar ve melek yatırımcılarla 22 Şubat'ta Yemeksepeti'nin yeni ses getiren ofisi Yemeksepeti Park'ta buluştu. Early Customer Demo Day'e başvuran girişimciler, bu etkinlikte Tüpraş, Deloitte, Allianz, Tofaş, Opet gibi büyük firmalar ile melek yatırımcılara satış sunumlarını yaparak, yenilikçi ürün ve hizmetlerini anlattılar. Etohum Kurucusu Burak Büyükdemir, "İlkini Mayıs 2017'de gerçekleştirdiğimiz Early Customer Demo Day'in sonunda birçok ciddi iş birlikleri oluştu. Bu etkinliğimize Türkiye'nin inovasyona ve girişimciliğe önem veren kurumları ilgi gösteriyor. Onlarla birlikte melek yatırımcıların da ilgisinin artarak devam etmesi, bizi çok mutlu ediyor. Geçen yıl oluşan iş birliklerinin yanına yenilerini eklemeyi dört gözle bekliyoruz" dedi.





İTÜ Çekirdek ilk 3'te

■ Lider üniversitelerin girişimcilik kuluçka merkezlerini karşılaştıran ve bir sıralamaya tabi tutan uluslararası UBI Global endeksi açıklandı. İTÜ Çekirdek, UBI Global endeksi tarafından "üniversitelere bağlı kuluçka merkezleri" (university affiliated incubators) kategorisinde Avrupa'nın en iyi 2'inci, dünyanın ise en iyi 3'üncü kuluçka merkezi seçildi. İstanbul Teknik Üniversitesi ARI Teknokent bünyesinde altı yıldır faaliyetlerini sürdüren ve bugüne kadar katılan girişimcilerin 50 milyon TL'yi



aşan yatırım aldığı Türkiye'nin en önemli girişimcilik programlarından İTÜ Çekirdek böylelikle önemli bir başarıya daha imza atmış oldu. İTÜ ARI Teknokent Yönetim Kurulu Başkanı ve İTÜ Rektörü Prof. Dr. Mehmet Karaca, "İTÜ Çekirdek'e kabul edilen girişimcilere açık ofis, girişimcilik

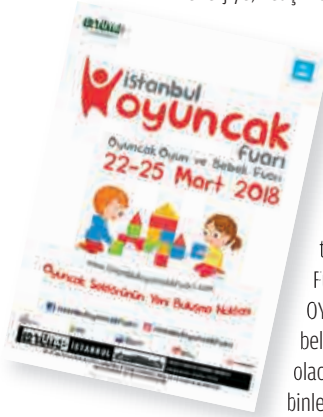
eğitimi, altyapı desteği, 250'yi aşkın gönüllü mentor ile görüşme fırsatı ve yatırımcı buluşmaları gibi yatırım, satış, mentorluk ve network alanlarında destek sunuyoruz. Geçtiğimiz altı yılda ülke genelinde bin 150 girişim ve 3 bin 450 girişimciye destek verdik. Bu sayı gün geçtikçe katlanarak artıyor" dedi.

AR-GE ve inovasyon konuşulacak

■ Mimar ve Mühendisler Grubu (MMG) 3'üncü AR-GE & İnovasyon Zirvesi ve Sergisi 17-18 Ekim tarihlerinde İstanbul Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek. Zirvede iki gün boyunca, 14 oturumda 60 konuşmacı yer alacak. İnovasyonun en önemli sorunu olan ticarileşememe, sanayideki dönüşüm, AR-GE tabanlı yerel kalkınmanın önündeki engellerin giderilmesi konusunda önemli adımlar atılacak. Zirvede Ar-Ge yatırımlarından, Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda, geliştirilen yerli ve milli teknolojiler yanında önemli konular konuşulacak, çözüm yolları üzerinde durulacak. MMG 3. AR-GE & İnovasyon Zirvesi ve Sergisi'nde sağlıktan uzay araştırmalarına, savunma sanayinden enerjiye, iletişimden çevre konularına kadar buluşlar ve icatlar sergilenecek.



Geçen yıl, 10 bin kişinin ziyaret ettiği zirvede bu yıl hedeflenen rakamın 12 bin 500 olması bekleniyor.



Oyuncak fuarı başlıyor

■ Tüyap Fuar ve Fuarçılık Hizmetleri A.Ş. ile Oyuncakçılar Derneği (OYDER) güçlerini birleştirdi. 15 yıldır OYDER tarafından desteklenen İstanbul Oyuncak Fuarı bu yıl ilk kez TÜYAP iş birliği ile 22-25 Mart 2018 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde ziyaretçilerini ağırlayacak. İstanbul Oyuncak Fuarı 2018'in, TÜYAP ile hedefleri de yükseldi. OYDER Başkanı Yakup Kireççi, hem katılımcı hem iş hacmi olarak şimdiye kadar ki en büyük fuarlarını gerçekleştireceklerini belirterek, "TÜYAP'ın desteği ile Orta Doğu, Türki Cumhuriyetler ve Rusya'nın içinde bulunduğu bölgenin en büyük fuarı olacağız. Avrupa'da da ikinciliğe yükseleceğiz" dedi. 50'ye yakın ülkeden misafir beklediklerini söyleyen Kireççi, fuarda 100 binlerce dolarlık iş bağlantılarının yapılacağını kaydetti.



Hedef 3 milyar dolar ihracat

■ Bu yıl 18-21 Mart 2018 tarihleri arasında Çin'in en büyük kenti Guangzhou'da 41'incisi düzenlenecek Guangzhou Mobilya Fuarı'na Türkiye'den 27 farklı mobilya markası katılmaya hazırlanıyor. Sektörün geçen yılki 2,7 milyar dolarlık ihracatını bu yıl 3 milyar dolar olarak belirlediklerini söyleyen İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç, bu rakamlara ulaşmada Çin pazarının önemli bir rol üstlendiğini söyledi. Güleç, "2023 yılında hem Çin hem de ABD'ye 1'er milyar dolar ihracat hedefimiz açısından bu fuarda firmalarımızın daha fazla yer alması büyük önem arz ediyor. Fuar sayesinde gerek gelişmiş mobilya ülkelerinin trendlerini gerekse de Polonya, Vietnam gibi yükselen rakiplerimizin üretim teknolojilerini takip edebiliyoruz" dedi.

KAPAK KONUSU

Burcu Tuvay / btuvay@ekonomist.com.tr

Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi Kadın Girişimciliği Araştırması'na göre, Türkiye, yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından 30 ülke arasında 18'inci sırada yer alıyor. Bu skor, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizin kişi başına milli gelir düzeyine göre düşük kalıyor. Ancak son yıllarda Türkiye'de kendi işinin sahibi olan kadın girişimciler müthiş bir hızla büyüyor. Birçoğu ya ihracatla ya da açtıkları şubeler, merkez ofislerle kendi kabuklarından sıyrılarak başarılarını global pazarlara da taşıyor. Başarılarıyla ilham veren 16 kadın girişimcinin büyüme stratejilerini ve planlarını araştırdık.



16 kadın girişimcinin büyüme planları

Türkiye’de şu an 100 bin kadın girişimci bulunuyor. 2002 yılında ülkemizde yüzde 4 olan kadın girişimci oranı bugün yüzde 9’a yaklaşmış durumda. Yapılan araştırmalar, kadın girişimcilerin yüzde 82’sinin hizmet sektöründe faaliyet gösterdiğini gösteriyor. Kadın girişimcilerin yüzde 40’ı işkolu olarak ticaret ve satış alanında yoğunlaşıyor; yüzde 70’i ise mikro işletme sahibi olarak faaliyetlerini sürdürüyor. Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi Kadın Girişimciliği Araştırması’na göre Türkiye, yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından 30 ülke arasında 18’inci sırada yer alıyor. Bu skor, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizin kişi başına milli gelir düzeyine göre düşük kalıyor.

Ancak son yıllarda Türkiye’de kendi işinin sahibi olan kadın girişimciler, müthiş bir hızla büyüyor. Birçoğu ya ihracatla ya da açtıkları şubeler, merkez ofislerle kendi kabuklarından sıyrılarak başarılarını global pazarlara da taşıyor. Kadın girişimciliği konusunda önemli çalışmalar yürüten Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), 2025 yılına kadar toplam kadın girişimci sayısının 150 bine ulaşmasını ve yine bu tarihe kadar kadın ve erkek istihdamı arasındaki farkın yüzde 25 azalmasını hedefliyor. Yani 3 milyon kadının istihdama katılarak kadın istihdamının en az yüzde 41’e ulaşmasına katkıda bulunmayı hedefliyor.

Kadın girişimci adaylarına 10 tavsiye

1 Yaşadığınız ve yaşayacağınız zorluklar karşısında her zaman inatçı ve cesur olun.

2 Başarı gibi başarısızlıkta bu yoldaki takım arkadaşınız. Bu nedenle başarısızlıklarınızda en az başarılarınız kadar çıkarım yapın ve bu çıkarımı bir sonraki adınıza dahil edin.

3 Girişimciliğin en keyifli taraflarından biri de bazı şeyleri yolda öğreniyor olmak. Yolda öğrenme iyi değerlendirilirse büyüme planınıza beklediğinizden daha hızlı ulaşabilirsiniz.

4 Pazarlama, satış, üretim ve girişiminizi ayakta tutacak ve büyütecek finansal gelişmeyi yönetebilmelisiniz.

5 Klasik yöntemlere takılı kalmak yerine, farklı yaratıcı yöntemler denemekten çekinmeyin ve

mükemmellik saplantısına kapılıp daha fazla kişiye ulaşmayı geciktirmeyin.

6 Girişimci olmak risk almayı, yaratıcılığı, cesur olmayı ve pratik düşünmeyi gerektiriyor. Kendinizi girişiminize adanmanız ve tutkuyla yapmanız durumunda da başarı elde etmeniz kaçınılmaz.

7 Kendinizi mükemmeliyetçilik kalıbının içinde cendereye sokmuş gibi sıkıştırmaktansa daha esnek bakıp ihtiyaçlarınızı görün.

8 Önünüze en az önlerindeki 4 yıllık planlamış koyun ve o hedefe ulaşmanın yollarını planlayın.

9 Başarı için fikirden daha önemli olan şey, doğru stratejiyi doğru şekilde uygulayabilmek.

10 Doğru ve size inanan bir ekleple çalışın.

GARANTİ BANKASI KOBİ BANKACILIĞINDAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI **CEMAL ONARAN**

“Networking fırsatlarını iyi değerlendirin”

“Garanti Bankası olarak, kadın girişimciliğinin, Türkiye ekonomisi için en önemli itici güçlerden biri olduğu inancıyla 2006’da çalışmalarına başladık. Kadın girişimcilerin finansman alanındaki ihtiyaçlara destek olmak amacıyla Kadın Girişimci Destek Programı’nı geliştirdik. Bu program kapsamında kadın girişimcilere 2006’dan bu yana 4 milyar TL’yi aşkın kredi desteği sağladık. Kadın girişimcilere kredi desteği sunmanın yanında KAGİDER ve Ekonomist Dergisi işbirliğiyle, 2007’den beri gerçekleştirdiğimiz Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’yla, 34 bine yakın kadına ilham verici hikâyelerini anlatma fırsatını sunduk. Ayrıca Kadın Girişimci Buluşmaları sayesinde 33 ilde gerçekleştirdiğimiz toplantılarda 7 bine yakın kadın girişimcinin kişisel gelişimine destek olduk. Öncelikle iş kurmak isteyen kadın girişimciye kendisine güvenmesini ve çevresinin cesareti kırıcı telkinlerine kulak vermemesini öneriyoruz. İş kurarken A’dan Z’ye her şeyi kapsayacak çok iyi bir iş planı hazırlasınlar. Girişimciler iş kurduğu anda finansa, ürününü satacağı pazara ve bilgiye ihtiyaç duyuyor. Finansman ihtiyaçları için KOSGEB, Kredi Garanti Fonu, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) gibi kurumların sağladığı kredi fırsatlarından yararlanabilirler. Biz de yurtdışı borçlanma konusundaki başarılarımızı, girişimci kadınlarımıza fayda sunmak üzere kullanıyor ve onlara özel fonlamalar sağlıyoruz. Büyüme, işini sürdürülebilir kılmak için de iyi bir iş planı yapmalarını tavsiye ediyoruz. Biz de, Kadın Girişimci Yönetici Okulu gibi eğitim projeleriyle kadın girişimcilerimizi sürdürülebilir şirket yönetimi desteği veriyoruz. Kadınların birbiriyle iş yaparak ticaretlerinin gelişmesine katkıda bulunması da büyük önem taşıyor. Networking yaparak hem diğer kadın girişimcilerle tanışabilir hem de işini ve ürünlerini satın almalarına anlatabilir. Bu noktada kadın girişimcilerimizin işlerini büyütme için ulusal ve uluslararası networking fırsatlarını iyi değerlendirmelerini tavsiye ediyoruz.”



KAPAK KONUSU

Kadınların önündeki engeller

KAGİDER Başkanı Sanem Oktar, kadının girişimci olarak veya bir işe girerek ekonomik ve sosyal açıdan güçlenmesinin önündeki en önemli engelin sosyal ve kültürel ön yargılar ve toplumda egemen olan, erkeği hayatın merkezine koyan değerler olduğunu söylüyor. Kadın girişimciliğini artırabilmek için bu yaklaşımlarla mücadele etmenin de son derece önemli olduğunu vurgulayan Oktar, "Aynı şekilde kadının finansa erişimi, bilgi ve mentörlük eksikliği de yine kadın girişimcinin önündeki engeller. Kadının içinde bulunduğu sosyal çevre eğer iş ilişkisi kurmaya ve bunu geliştirmeye uygun değilse yeni çevreler edinmesi gerekir. Fuarlar, eğitimler ve dernekler bunlar için önemli alanlardır" diyor. Oktar, kadın girişimcilere şu önerilerde bulunuyor:

"Öncelikle çok çalışmak, yılmadan çalışmak ve her sorunu bir fırsat olarak görüp



soğukkanlılığını koruyarak çözüm getirici olmak gerekiyor. Olası krizlerden korkmamak lazım... Sizin için problem olarak görünen bir konu girişimci için harika bir fırsat olabilir. Girişimci buna inandığı için parasını da zamanını da riske atar. Önce işinin devamlılığını düşünür, kazanç sonra gelir. Fikrin, planlı programlı bir projeye dönüşme aşaması da temel öneme sahip bulunuyor. Bunun için de eldeki artıların ve eksilerin doğru tespit edilmesi gerekiyor. İyi bir fizibilite ve iş planı yapmak, sermayeyi doğru belirlemek ve sonra büyük hedefi küçük parçalara ayırarak yönetmek gerekir. Unutulmamalıdır ki deneyim girişimcilikte önemli bir yetkinliktir ancak gelişmesi için denemek şart. Burada önemli olan doğru hedef koymak, ona ulaşmak için çok çalışmak, engelleri aşmak için yaratıcı çözümler geliştirmek ve uygulama aşamasında motivasyonu kaybetmemek."

Çalışmak, zamanlama ve şans

Arya Kadın Yatırım Platformu Kurucu Ortağı ve Genel Sekreteri Deniz Alexandra Duygu, kadınların girişim dünyasındaki ye-

rinin git gide arttığını, daha çok kadının fonlama için melek yatırımcıya geldiğini söylüyor. Üniversite çağındaki kadınların yüzde 50'sinin kendi işini kurmayı düşündüğünü belirten Duygu, "Hatta kızlarımız daha aktif, özellikle sosyal girişimcilikte" diyor. Kadın girişimcilere sürekli gelişim ve mümkün olduğunca objektif bir şekilde kendilerini değerlendirmelerini tavsiye eden Duygu, sözlerini şöyle sürdürüyor:



"Başarılı start up kurucularının ortak noktalarını şöyle özetlemeyi seviyorum: çok çalışmak, doğru zamanlama ve şans. Verebileceğim en önemli tavsiye de, yatırım almayı ve kimlerle ortak olmak istediklerini iyi kurulumaları. Yatırım yapsak da yapmasak da bir çok kadın girişimciye fonlama stratejisi konusunda destek oluyoruz."

Biz de kapak haberimizde Türkiye'nin 16 başarılı kadın girişimcisinin büyüme stratejilerini, büyüme planlarını araştırdık.

"2018'de 360 milyon TL ciro hedefliyoruz"

BIG CHEFS KURUCUSU GAMZE CİZRELİ

"2007 yılının Aralık ayı ilk Big Chefs'i Ankara'da açtık. Dört şubeye ulaştıktan sonra 2009'da Saruhan Tan ile başlayan ortaklığımızla İstanbul'a geldik ve 2016 yılı Eylül ayında 27 şubeye ulaştık. 2016 Eylül ayında uluslararası yatırım fonu Taxim Capital ile ortaklık kurmamız ile birlikte hedeflerimizi daha hızlı büyüterek 50 şube ve 2 bin 350 çalışanı ile kocaman bir aile olduk. 2018 yılında açılması hedeflenen şubelerle birlikte personel sayımızın 2 bin 800 olmasını planlıyoruz. Bizim en önemli sırrımız yerel lezzetlerimizi alıp global bir anlayışla sunmamız. Kafe-lerde çok alışkın olunmayan lezzetleri menülerimize dahil ediyoruz. Açıldığımız günden beri, etli yaprak sarması var mesela. Adana'nın bıçıcı bıçısı, Antep'in sumak ekşili kuru patlıcan gibi lezzetlerimiz de menümüzde hep yer alıyor. Çok önem verdiğim diğer bir konu ise; hikayesi ve ruhu olan markaların büyüdüğü bir dünyada beslenme, teknoloji, dekorasyon, müzik gibi birçok alandaki trendleri ve özellikle sosyal medya ile gelişen iletişimi her zaman takip ediyor olmak. Yenilikçi olmak, menümüzü geliştirmek ve servis kalitemizi artırmak için çok çalışıyoruz. Bu işte durmak yok, sürekli pedal çevirmek gerekiyor. 2017 yılında ciromuz 276 milyon TL, 2018 için ise yüzde 30'luk bir büyüme ile 360 milyon TL ciro hedefliyoruz.2018 yılında özellikle yurtdışında daha fazla büyü-yerek toplam restoran sayımızı 50'den 63'e çıkarmayı hedefliyoruz. İlk çeyrekte İran'da Tahran ve Suudi Arabistan'da Riyad şubelerimizi açacağız. Bunun yanı sıra önümüzdeki dönemde Almanya, Hollanda, Avusturya, İngiltere, Qatar, Umman, Malezya, Rusya gibi ülkeleri de radarımıza aldık. 2018 yılında da büyüyen cirolarla beraber yatırım bütçemizi satışların yüzde 10'u civarında yani yaklaşık 40 milyon TL olarak planlıyoruz. Böylelikle büyümenin getireceği yüzde 30'luk istihdam artışı da bizi gerçekten heyecanlandırıyor."



“15 ülkeye ihracata başlıyoruz”

1K KİMYA KURUCU ORTAĞI VE YÖNETİM KURULU BAŞKANI SEVGİNAR BAŞTEKİN

“Kadın bir girişimci olarak, HighGenic ile kadınların temizlik sorununa son verecek, daha az yorulmalarını ve kendilerine vakit ayırmalarını sağlayacak formüller geliştirmek için çok uzun zamandır çalışıyorum. Çünkü evin temizliği ve düzeninden sorumlu bir kadın olarak hepimizin yaşadığı sıkıntıları çok iyi biliyorum. Bu yıl itibariyle sıvı çamaşır deterjanı da üretmeye başlayacağız. Üzerinde çalıştığım formüllerden biri de bu. Çamaşır deterjanı bizim olmadığımız bir kategoriydi. Ama hedefimiz bu kategoriye de bir farklılık getirmek. Bu alanda daha çok doğal ürünlerin AR-GE'sine yöneldik. Buna bağlı olarak da yatırımlarımızı planladık. 2017 yılını 23 milyon TL ciro ile tamamladık. Bu yıl ise 30 milyon TL ciro hedefliyoruz. Diğer bir hedefimiz ise bu yıl ilk etapta 15 ülkeye ihracat yapacak olmamız. Fransa ile Avrupa'ya ihracata başladık. Bunu Kıbrıs, Suudi Arabistan, Fas ve Libya takip edecek. Hedefimiz öncelikle Avrupa ülkeleri ve ABD. Biraz daha uzun vadeli hedefimiz ise toplam ciromuzun yüzde 50'sini ihracattan karşılamak.”



“Anadolu propolisini dünyaya tanıtıyoruz”

SBS KURUCU ORTAĞI VE GENEL MÜDÜRÜ ASLI ELİF TANUĞUR SAMANCI



“Türkiye’de ilk defa firmamız tarafından başlatılan sözleşmeli arıcılık modeliyle kovandan sofraya izlenebilir arı ürünleri üretimini başlattık. Şu anda ülke genelinde 500 sözleşmeli arıcı ve yaklaşık 100 bin arı kovanına ulaştık. 2014 yılında henüz 5 kişilik bir ekip iken; şu an geldiğimiz noktada 50 kişiyiz. Türkiye’de online, eczane ve perakende kanalı olmak üzere toplam 5 bin noktaya ulaştık. Ürünlerimizi, Amerika’da online olarak www.bee-and-you.com web sitesi üzerinden tüm ABD’ye ulaştırıyoruz. Ayrıca distribütörler aracılığıyla New York, Boston, Florida ve New Jersey gibi bölgelerde de dağıtımını gerçekleştiriyoruz. Amerika’da 200 satış noktasına ulaştık. Ayrıca kendi web sitemize ek olarak, Amazon, Walmart gibi e-ticaret sitelerinde de ürün satışını gerçekleştiriyoruz. Bunun yanı sıra ürünlerimizi Kore, Almanya, Hollanda, Suudi Arabistan ve Pakistan’a ihraç ediyoruz. 2017 itibarıyla 6,5 milyon TL ciroya ulaştık. 2018 yılında bu rakamın 4 milyon Euro’ya ulaşmasını ve kapasitemizi 4 katına çıkarmayı hedefliyoruz. Ulusal ve uluslararası fuar katılımlarımızla markalaşma adına pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeyi planlıyoruz. Devletin ilgili kurumlarıyla daha yakın iş birliği içerisinde olarak Anadolu propolisini dünyaya tanıtma yolunda çalışmalarımıza devam edeceğiz.”

“Gelirimizin yüzde 20’sini yurtdışından elde etmeyi hedefliyoruz”

ARMUT KURUCU ORTAĞI BAŞAK TAŞPINAR DEĞİM

“Şu an Türkiye’de açık ara lider durumdayız. Dünyada da ev hizmetleri alanında trafik olarak ilk 5 arasındayız. Deloitte Teknoloji Fast 50 Türkiye 2017 Programı’nda Türkiye’nin en hızlı büyüyen 2’inci teknoloji şirketi olduk. Sonrasında, Deloitte’un Fast 500 EMEA programına katılarak, burada Avrupa, Ortadoğu ve Afrika’da faaliyet gösteren ve başarısıyla dikkat çeken 500 şirket içinde 40’inci sıraya yerleştik. Türkiye’de elde ettiğimiz tecrübeyi yurtdışına da taşıyarak HomeRun markasıyla ABD, İngiltere, Romanya, Suudi Arabistan ve Mısır’da faaliyet göstermeye başladık. Ayrıca nakliye sektöründeki yeni girişimimiz Rahat Taşın ile bu alandaki iddiamızı da artırdık. Nakliye sektöründe bir ilki gerçekleştirerek akıllı fiyat hesaplama algoritması ve online ödeme kolaylığı sunduğumuz Rahat Taşın markamız her ay ortalama yüzde 211 büyüyor. Yüzde 72 gelir büyümesi elde ettiğimiz 2017 yılında 3 markamızla 6 ülkede 1,3 milyon hizmet talebi aldık. Şu an 192 bini geçen hizmet veren ile başta evle ilgili kategoriler olmak üzere 2 binden fazla hizmet alanında yüzde 98 müşteri memnuniyeti ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2018 sonunda 250 bin hizmet veren sayısını geçmeyi ve uluslararası Armut ekibimizi 100 kişiye çıkarmayı hedefliyoruz. Ayrıca, yurtdışı yatırımlarımızın meyvelerini toplamayı ve gelirimizin yüzde 20’sinin yurtdışı pazarından gelmesini bekliyoruz.”



KAPAK KONUSU

“Hedef kıtamız Kuzey Amerika”

GRUP BABY KURUCUSU AYL A MÜSTECAPLIOĞLU

“Türkiye’de ilk defa hem ithal ürünlerle kalite ve fiyat olarak rekabet edebilecek, hem de tüm dünyaya ihraç edebileceğimiz kalitede bir premium bebek beslenme ürünleri markası Mamajoo’yu yarattık. En büyük gururlarımızdan biri üretimi Çin’in hakimiyetinde olan ve bir Türk markası tarafından Türkiye’de hiç üretilmemiş olan elektronik göğüs pompalarını yine ilk kez Türk yazılım ve mühendislik çalışması ile çevreye zararlı piller yerine USB ile kullanılabilen yeni bir konseptte üretmiş olmamız. Mamajoo, Türkiye Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından düzenlenen “İhracat 2016 Zirvesi”nde Türkiye’nin Gizli İhracat Şampiyonları yarışmasında “Sınır Tanımayan İhracat Şampiyonu” ödülüne layık görüldü. İhracatta, Çin’in ardından, HongKong, Filipinler, Kırgızistan, Irak gibi Asya ülkeleri ile İtalya, Almanya, Belçika ve Polonya gibi Avrupa ülkelerine ihracatımızı başlattık. 2018 yılı ilk 3 ay itibarı ile Bulgaristan ile Suudi Arabistan ve Dubai’ye ilk ihracatımızı gerçekleştirmiş oluyoruz. Bundan sonraki hedef kıtamız ise Kuzey Amerika. 2017 yılı ciromuz 15 milyon TL, 2018 yılı hedefimiz ise 20 milyon TL’ye ulaşmak. Amerika hedefimizi bu yıl gerçekleştirerek bu hedefimizin de üstüne çıkmak istiyoruz. Artan taleplere karşı kapasitemizi artırmak üzere yeni üretim ve istihdam yatırımlarımız devam ederken, üzerinde çalıştığımız yeni 2 ürünün AR-GE yatırımları ile yoğun olacağız.”



“Hindistan ve İrlanda’da işbirlikleri kuracağız”

SOSYALBEN AKADEMİ KURUCUSU ECE ÇİFTÇİ

“SosyalBen Akademi’de önceliğimiz sosyal sorumluluk ve sosyal girişimciliği Milli Eğitim Bakanlığı ile el sıkışarak devlet okullarında da yaygın bir eğitim aracı haline getirmek istiyoruz. Çünkü sivil toplumu ve fayda bazlı girişimciliği deneyimleyen bireylerde aktif vatandaşlık, iletişim, organizasyon ve takım çalışması gibi beceriler erken yaşta geliyor. Öğrenci kişisel gelişimine fayda sağlarken, toplumsal sorunlara kalıcı çözümler üretmeyi de deneyimliyor. İkinci olarak, şirketimizin de müşteri gruplarından birisi olan kurumsal firmalarla olan işbirliğimizin kapasitesini arttırmayı planlıyoruz. İK değerlendirmelerinde gönüllülük çalışmalarının da yer almasını ve şirketlerdeki personel hacmi üzerinden aktif şirket vatandaşlığını konuşmak istiyoruz. Son olarak, şirketin uluslararası iş birliği kapasitesini arttırmak istiyoruz. 2018’de Avusturalya’daki sosyal girişimlerle işbirliği içerisine girdik. 2019’da Hindistan ve İrlanda’da işbirlikleri kurmayı hedefliyoruz.”

“Kendi pazarımızı kendimiz yaratarak büyüyoruz”

MODACRUZ KURUCUSU MELİS GÜÇTAŞ

“ModaCruz olarak kendi pazarımızı kendimiz yaratarak büyüyoruz. Bunun için de ikinci el moda kültürünü sahiplenip, yaymak gibi bir misyonumuz var. Aynı zamanda iş modelimiz sayesinde kadınlara sadece alışveriş yaptırmakla kalmıyor, diğer kadınların desteğiyle kendi ekonomik güçlerini kazanabilecekleri bir ortam da sağlıyoruz. ModaCruz Pop-Up Store açtık ve mağaza sayısını arttırmaya devam edeceğiz. Sadece ikinci el lüks ürünler satılıyor. İkinci el demek eski demek değil. Bugün yaklaşık 2 milyon kadın 2’nci el giyiyor. Giymediklerini nakde çevirip ek gelir elde ederken 2’nci el lüks markaları uygun fiyatlara alarak akıllı alışveriş yapıyorlar. Biz de pop-up store’daki VIP hizmetimizle ikinci el deneyimini yaşamalarını istedik. Son aldığımız yatırımla maksimum büyüme elde etmek istiyoruz. Bir sonraki yatırım turumuzun 5 - 7 milyon dolar arasında olmasını planlıyoruz ve önümüzdeki bir yıl içerisinde gerçekleşeceğini öngörüyoruz. Şu anda bunun yüzde 50’ye yakın kısmını bulmuş durumdayız. Önümüzdeki 3 yıl içerisinde hedefimiz, Türkiye’de online erişimi olan her kadının en az bir kere ModaCruz’u deneyimlemiş olması ve alışveriş esnasında aklına iki şekilde gelebilecek; ‘Almak üzere olduğum ürünü ModaCruz’da daha uygun fiyata bulabilir miyim?’, ‘Almış olduğum ürünü ne de olsa ModaCruz’dan satabilirim’.”



“Körfez ülkeleriyle görüşüyoruz”

NGSTYLE KURUCUSU NAZLI GÜRER ALDIKAÇTI

“15’inci yılımızda, tasarımdaki gücümüzü mağazalaşma ve satış süreçlerinde de gösterdik ve bugün yurtiçinde ve yurtdışında 150 satış noktası, 8 mağaza ile kadınlarla buluşan güçlü ve niş bir marka olduk. Tasarımlarımızın her detayıyla ilgilenir, bizzat giyerim. Tüm sosyal çevremden, üye olduğum derneklerdeki arkadaşlarımdan geri bildirimler alırım. Bu geri bildirimlerin NGSTYLE’in gelişmesine büyük katkısı olduğunu düşünüyorum. Benim girmediğim hiçbir prova, dokunmadığım hiçbir kumaş yoktur. Benimle çalışan herkes bilir ki en ufak detayların bile önemli olduğu bir süzgecim vardır. Süzgecimden geçen her model koleksiyona eklenir. 2017’yi 9.8 milyon TL ciro ile kapattık. 2018 için 13 milyon TL ciro hedefimiz var. Geçtiğimiz aylarda Palladium AVM’de yeni mağazamız açıldı. Mart sonu da Bursa Korupark AVM’de de yeni bir mağazamız daha açılacak. Eş zamanlı olarak Körfez ülkeleriyle görüşmelerimiz devam ediyor. Bundan sonra yapacağımız yatırımlarda da hedefimiz; yurtdışına açılmak ve markamızın çizgisine uygun A ve A Plus AVM’lerde mağazalar açmak olacak.”



“Üretim tesisi kuracağız”

NANOMİK KURUCU ORTAĞI VE CEO’SU BUSE BERBER ÖRÇEN

“Nanomik’i 2014 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Teknogirişim Sermayesi Desteği ile kurduk. Kurulduğumuz günden bugüne büyümemizde en etkili faktörler devlet destekleri oldu. Yatırım almadan önce prototipimizi tamamlayabilmek bizim için en önemli adımlardan biriydi, bunu da Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve TAGEM’den aldığımız 2 milyon TL değerindeki proje bütçesi ile başardık. Bunun yanında AR-GE çalışmalarımızı devam ettirebilmek için gerekli olan laboratuvar alt yapısını da kurmuş olduk. Şu an üretim ve Ar-Ge çalışmalarımızı yürütebildiğimiz mikrobiyoloji, kimya ve gıda araştırmaları laboratuvarlarımız ile inovatif doğal gıda koruyucularımızı üretmeye ve geliştirmeye devam ediyoruz. Şirket çalışmalarımızı ilerletirken pek çok kez hedef pazarımızı değiştirdik. İlk aşamalarda literatürde veya basında yer alan problemleri baz alarak hedef pazar belirliyorduk, ancak hedef müşteriler ile görüştüğümüzde sektörün problemini ve talebini daha net gördük. Bu doğrultuda odağımızı öncelikli olarak taze meyve-sebzeler üzerine yönelttik. Üretimimizi taze meyve-sebzelere odakladıktan sonra farklı ürün gruplarında inovatif doğal koruyucu çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu aşamada geliştirdiğimiz ürünleri doğru müşterilere ulaştırabilmek ve ticarileşme konusunda emin adımlarla ilerleyebilmek için İTÜ Çekirdek’e katıldık. Seri A yatırımımız ile birlikte büyük ölçekte üretim yapabilmek amacıyla tesis alt yapısı oluşturmaya yöneldik adımlar atacağız.”

“Orta Avrupa’daki çalışmalarımızı artıracacağız”

BA LIFE MARKETING KURUCUSU VE CEO’SU EVRİM MERT

“BA Life Marketing olarak Tüketici Teşvik Kampanyaları kurgulama ve yönetme alanında 2012 yılından beri faaliyet gösteriyoruz ve ortalama her yıl yüzde 30 ila 40’lık bir büyüme gerçekleştirdik. Bugüne kadar 100’ün üzerinde marka ve ürün için 400’ün üzerinde Tüketici Teşvik Kampanyası hayata geçirdik. 6 yıl önce şirketimi kurduğumda ve 6 yıllık süreç içerisinde BA Life ekibine katılan arkadaşlarımız halen ekipte yer almakta. Bu kişilerden ikisi kadın olmakla birlikte müşteri ilişkileri direktörlüğü ve operasyon direktörlüğü gibi en kilit görevleri üstlendiler. Görevlerini başarıyla devam ettirmelerinin yanı sıra kendilerini geliştirmeleri, knowhow’larını yeni gelen ekip arkadaşlarımız ile paylaşmaları, onları eğitebilmeleri ve en önemlisi her birimizin işlerini sevmemiz sayesinde hatasız hizmet vermemiz en önemli stratejimizdi. 2017 yılında yüzde 30’luk bir büyüme göstererek, 10 milyon TL ciroya ulaştık. 2018’de büyüme hedefimiz ise yüzde 20. Geçtiğimiz yıllarda Orta Avrupa ülkeleri ve Fas’ta, İstanbul ofisimizi merkez belirleyerek ve operasyonlarını İstanbul ofisimizden yönettiğimiz Tüketici Teşvik Kampanyaları hayata geçirdik. 2018’de Orta Avrupa’daki çalışmalarımızı artırmak istiyoruz.”



KAPAK KONUSU



“2019’da Avrupa pazarına açılacağız”

RİMUUT KURUCU ORTAĞI ESEN BULUT

“Faaliyette olduğumuz 4 ayda bir startup olarak oldukça hızlı bir başlangıç yaptık ve yüksek bir ivmeyle büyüdük. Kullanıcı kayıt ve işlem hacminde ortalama aylık yüzde 20 büyüme ile ilerliyoruz. İçinde bulunduğumuz freelance pazarının mevcut sorunlarını ve dinamiklerini çok iyi anlamaya çalıştık. Pazarın durumunu ve ihtiyaçlarını sadece olduğu haliyle değil, geçmiş ve muhtemel geleceği ile değerlendirmeye çalıştık. Bu sebeple herkesin müşteriyi konuştuğu yerde biz bağımsız işgücülü konuşmaya ve onların sorunlarına eğilmeye karar verdik. Bu konuların, iyi iletişimi, etkileşimi ve güveni beraberinde getirdi. Faaliyette olduğumuz 4 ay içinde yarım milyon TL’lik işlem hacmine ulaştık. 2018 yılında kurumsal işbirliklerine daha da ağırlık vererek Türkiye pazarında esnek çalışma düzeninde freelance çalışanların kurumlar ile rahatça ve güvenli şekilde büyük hacimli projelerde çalışabileceği bir düzenin kurucusu olmak hedefindeyiz. Özellikle Avrupa pazarına açılmayı planladığımız 2019’dan önce ekibimizi global büyümeye hazırlamak amacıyla genişletmek en öncelikle hedefimiz.”

“18 bin modern kahramana ulaştık”

GİVİN KURUCUSU BAŞAK SÜER

“Givin ile 11 ayda yaklaşık 18 bin kayıtlı kullanıcıya, bir diğer deyişle “modern kahraman” a ulaştık. Kayıtlı kullanıcı sayımızı aylık ortalama yüzde 31 büyüttük. Hiç yoktan geliri bağışlanmak üzere ortaya yaklaşık 300 bin TL’lik değer çıkardık. 75 bin TL’lik bir bağış işlemine aracılık ettik. Daha da güzel bağış ortalamasını büyüttük. Karşılıksız para verilirken ortalama 70 TL yapılan bağışları, ürün/hizmet bağışlama yöntemiyle 300 TL seviyelerine çıkardık. 2018’de mümkün olduğunca hızlı bir şekilde finansal yatırım almayı istiyoruz ki, ekibimizi büyütüp daha güçlü bir şekilde kaynak geliştirip faydamızı arttırabilelim. Kaynak geliştirmek için de önceliklerimiz; daha çok markaya #DurmasınDestekOlsun diyerek ürün ve hizmetlerini bağışa dönüştürecek şekilde #modernkahramanlar’a dahil olmalarını sağlamak, beyaz yaka şirket çalışanlarını daha fazla harekete geçirmek; givin’de daha fazla şirket ekibi görmek ve ünlü, tanınmış kişilerin, sporcuların eşyalarını veya onlarla yaşanabilecek deneyimleri desteğe dönüştürmek, sürekli güncel ve eğlenceli kalabilmek.”



“Amerikalı yatırımcıların ilgisini çekiyoruz”



TELEPORTER KURUCU ORTAĞI DİLARA KEÇECİ

“Teleporter’da sanal gerçeklik teknolojisini kullanarak dünya çapında katılmak istediğiniz müzik, spor ve e-spor etkinliklerini oraya gitmeden oradaymışçasına arkadaşlarınızla birlikte deneyimlemenizi sağlayan bir çözüm üzerine çalışıyoruz. Bunun için etkinlik düzenleyiciler ve etkinlik sponsoru şirketlerle anlaşılıp, canlı etkinlik deneyimini bir bütün halinde son kullanıcılara sunuyoruz. Global pazar dinamiklerinin gidişatı sebebiyle ve zaten ekipçe uzmanlığımız da o yönde olduğundan, e-spor etkinlikleri özellikle odağımızda bulunuyor. Big Bang 2016’nın şampiyonları arasında yer alma fırsatımız oldu ve 2017 yılında Innogate ile ABD pazarına ilk adımımızı attık. 2017 yılında Wired Europe’s 100 Hottest Startups listesinde gösterildik, aynı yıl G-Startup tarafından Silikon Vadisi’nin Top 50 Girişimi arasında gösterildik. Ayrıca dünyanın en büyük medya ve teknoloji festivallerinden SXSW’de, VR/AR kategorisinde tüm dünyadan ilk 5 finalist arasına kalma fırsatı yakaladık. Kullanıcı sayımız ivmeli şekilde artmaya devam ediyor. VR ve espor marketlerinin kesişiminin de etkisiyle, kullanıcı tabanımızın büyük bir çoğunluğunu Kuzey Amerika, Almanya, İngiltere ve Kuzey Avrupa’dan kullanıcılar oluşturuyor.

Kullanıcılarımızın dağılımı sebebiyle içinde bulunduğumuz dönemde özellikle Amerikalı yatırımcıların da ilgisini çekiyoruz. 2018 sonuna doğru Kuzey Avrupa ofisimizi açmayı planlıyoruz.”



“Hedefimiz daha çok üretim, daha çok ihracat”

HOTELYA KURUCU ORTAĞI VE GENEL MÜDÜRÜ ZÜMRÜT DOYRAN

“Hotelya olarak kurulduğumuz günden bu yana hareketli ve sabit mobilya ürünlerinde beş yıldızlı otel projeleri daha yoğun olmak üzere AVM, hastane, restoran, ofis, kafe ve mağaza gibi her türlü proje için üretim yapıyoruz. Uzman mimari ekibimiz ile projelere sadece üretici ve satıcı olarak değil, aynı zamanda çözüm ortağı olarak da destek veriyoruz. Mimari gruplarla aynı dili konuşabiliyor olmak, mobilya konusunda senelere dayalı tecrübelerimiz ile projelere artı yorumlar katmamızı sağlıyor. Tercih edilir olmamızın en önemli nedenlerinden biri üretimimizden duyulan memnuniyet. Biz müşterilerimize "Siz hayal edin, biz yapalım, hayata geçirelim" diyoruz. Standart ürün yerine her projeye yönelik yeni butik üretimler yapıyor olmak bizi farklı kılan önemli bir avantajımız. 2018 hedeflerimizde gerek yurtiçinde gerekse yurtdışındaki pazarlama ve satış faaliyetlerimizi artırarak devam etmek var. Yurtdışında 27 ülkeye ulaştık. Bu yıl sonuna kadar ise 30 ülkede olmayı hedefliyoruz. Hotelya olarak 2017 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 40 büyümeye kaydettik. Hedefimiz daha çok üretmek ve daha çok ihracat yapmak.”

“Teknoloji eğitiminde devrim yaptık”

TEKNOLOJİ VE İNSAN KOLEJLERİ (TİNK) KURUCUSU VE CEO'SU ZEYNEP DERELİ

“Şu anda İstanbul'da bin 300 öğrenci kapasiteli Sancaktepe kampüsümüzde faaliyet gösteriyoruz. Türkiye'de teknolojik eğitime başlama seviyesini şimdilik lise düzeyinde gerçekleştirerek bir devrim yaptığımıza inanıyorum. Ülkemiz genelinde eğitimde yeni bir yol çizdik ve bu yolda çok değerli hocalarımız ve öğrencilerimizle emin adımlarla ilerliyoruz. Bir okuldan öte yepyeni bir bakış açısına sahip ve inovatif, aynı zamanda hayat boyu öğrenmeye ve açık kaynağa inanan bir platform oluşturduk. Öğrenciler, hayatları boyunca faydalanabilecekleri analitik ve sosyal yetkinlikleri, yaşadıkları toplum için faydalı hale getirebilmelerini sağlayacak bir öğrenme ortamında eğitimlerini sürdürüyor. Dolayısıyla bizim eğitim modelimizin farkını gören veliler ve öğrenciler Tink'i tercih etmeye başladı. Kampüs sayımızı da öğrenci sayımızı da her yıl artırmayı planlıyoruz. Beş yıl içinde belirlediğimiz illerde toplam kampüs sayımızı 20'ye ulaştırmak önceliğimiz.”



“Anadolu'daki kadın girişimci sayımızı artıracamız”

B-FİT KURUCUSU BEDRİYE HÜLYA

“Türkiye'nin ilk ve en yaygın kadınlara özel spor ve yaşam merkezi markası ve bugün tüm Türkiye'de 50 ilde 209 merkezimiz ile 560 bin kadına hizmet veriyoruz. Türkiye'nin 8'inci büyük franchise firmasıyız, bugüne kadar 250'den fazla kadına girişimci olma imkanı sağlayarak 700'den fazla kadına istihdam yarattık. İlk başlarken 10 tane merkezimizi kendimiz açalım diye karar vermiştik. Üçüncü merkezimiz ile birlikte o kadar çok franchise

almak isteyen oldu ki, kendi kararımıza rağmen franchise vermeye başladık. Ondan sonra büyümeye başladı ve organik büyümeye elde ettik. 2017'de 5 milyon TL ciroya ulaştık, 2018 hedefimiz ise 7 milyon TL. 2018 yılında 300 merkeze ulaşmayı hedefliyoruz. Anadolu'da kadın girişimci sayımızı arttırmak için de destek programları hazırladık. Türkiye'de sektörün en geniş ağına sahip olan firmamızın yurtdışı ayağı için görüşmelerimiz devam etmekte ve 2018'de bunların açılışlarını gerçekleştirmeyi planlamaktayız.”



Türkiye'nin ilk kompozit ahşap panel tesisi

Tekstil, ambalaj, gıda gibi alanlarda faaliyet Kahramanmaraşlı BLC Grup, niş bir alanda yatırım yaptı. 9 milyon TL'lik yatırımla Türkiye'nin ilk kompozit ahşap panel üretim tesisini devreye aldı. Şirket, yatırımların etkisiyle bu yıl 100 milyon TL ciro hedefliyor.

Kahramanmaraşlı BLC Grup, Anadolu'daki gizli kahramanlardan. Bünyesinde Moteks Modern Tekstil, Çabasan Tekstil, ÇBS Ambalaj ve ÇBS Balcı Gıda firmaları bulunan grubun temelleri 1986 yılında Şahin Balcıoğlu tarafından atıldı. Grup, Kahramanmaraş'ın en büyük ihracat kalemi olan örgü kumaş için şehre ilk örgü makinesini getirdi ve bu sektörün kentteki gelişmesine ön ayak oldu. Şirket, bu yıl 100 milyon TL ciro hedefliyor. Niş alanlara girmeyi seven grup, son olarak da farklı bir üretime soyundu. Türkiye'de üretimi olmayan 'kompozit ahşap panel' üretmeye başladıklarını söyleyen Şahin Balcıoğlu, "Bu ürünü yurtdışındaki bir iş seyahatimde keşfettim. Türkiye'nin İtalya ve Almanya gibi ülkelerden ithal ettiği bir üründü. Dönüşte hızlı bir fizibilite çalışmasıyla 9 milyon TL'lik bir yatırım yaptık. 2017 yılında Kahramanmaraş'ın ve ülkemizin ilk kompozit ahşap panel üretim tesisini devreye aldık. 'Pluswood' markası ile pi-



ŞAHİN BALCIOĞLU

yasaya çıktık. Tesis için 5 milyon TL'si bu yıl olmak üzere 2020'ye kadar ilave 11 milyon TL ek yatırım öngörüyoruz" diye anlatıyor. Geçen yılı 1 milyon TL ciro ile kapatan Pluswood'un bu yıl 8 milyon TL ciroya ulaşması hedefleniyor. Bu ürünün 2020 satış hedefi ise 25 milyon TL.

Yatlarda kullanılıyor

Şahin Balcıoğlu, yeni ürünler geliştirme-yi ve üretmeyi seven bir sanayici. Son girdiği kompozit ahşap panel üretimi de bu merakından ortaya çıktı. Grubun bu alandaki tescilli markası Pluswood. Ahşap, PVC ve doğal taşların birlikte işlenmesiyle elde edilen

kompozit ahşap panel, geri dönüşüme tabi olduğundan çevre dostu bir ürün. Ahşabın şıklığını plastiğin dayanıklılığıyla birleştirilerek üretilen ürün; suya, neme, güneşe, böceklenmeye, kurtlanmaya dayanıklılık gösteriyor. Özellikle dış mekânlarda kullanılan ah-

şap ürünlerin ciddi bir bakım gerektirdiğini belirten Şahin Balcıoğlu, kompozit ahşap panelin dış mekân tasarımlarında bakım gerektirmeksizin uzun süre deforme olmadığını vurguluyor. Yat firmaları dahi ürünlerinin yat iç mekânında gönül rahatlığıyla kullanıldığını dile getiren Şahin Balcıoğlu, "Böylece hafifliği ile yakıt tüketimini azaltan, suya özellikle deniz suyuna dayanması ve etkilenmemesi ve herhangi bir bakım gerektirmemesi sebebiyle tercih ediliyor. İç mekân döşemesi bu ürünle yapılan iki tekne 4 ay kadar önce Monaco'ya gönderildi. Ürün, kapı üretiminden dekoratif uygulamalara kadar pek çok alanda da kullanılabilir" diye anlatıyor.

Halk Ekmek büfelerini yeniliyor

Panel olarak kompozit ahşap, Türkiye'de sadece ürünü bilen ve ihtiyaç duyan kişiler tarafından yurt dışından ithal ediliyordu. Artık bu ürünü hem tanıtıklarını hem de



ihtiyaç duyanlara tedarik ettiklerini belirten Şahin Balcıoğlu, ödenen döviz miktarı hakkında bir tespitleri olmadığını ancak ihtiyaç duyanların İtalya ve Almanya'dan çok yüksek fiyatlarla getirdiklerini bildiklerini ifade ediyor. İthal edilen ürünlerin satış fiyatlarının çok yüksek olduğunu dile getiren Şahin Balcıoğlu şöyle devam ediyor: “

Halk Ekmek büfelerinin yenileneceğini duyunca firmalara ürünü müzi tanıtmamız gerektiğini düşündük. Kendilerine ürünü gösterdiğimizde, tam aradıkları ürünün bu olduğunu anladılar ve şu anda büfeleri Pluswood ile üretiyorlar ve yeniliyorlar. Halen 120 Halk Ekmek büfesinin Pluswood ile yenilene süreci devam ediyor. Önümüzdeki dönemde bu sayı daha da artacak.”

Temelleri 1986'da atıldı

Şahin Balcıoğlu, ticaretle uğraşan bir aileden geliyor. Kesintisiz 17 yıl boyunca Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası Meclis Başkanlığı görevini de yürüten Balcıoğlu, gerek odada gerekse de kendi ticari hayatında şehrin gelişmesi için çalıştı. Yaptığı yatırımlarla kentte yeni sektörlerin oluşması, çeşit-



lenmesi ve istihdamın artması için gayret gösterdiğini belirten Şahin Balcıoğlu, şirketin kuruluş öyküsünü şöyle anlatıyor:

“10 yaşındayken babamı kaybettim ve küçük yaşta iş hayatına atılmak zorunda kaldım. Kardeşlerimle birlikte Kahramanmaraş'ta 1980'den sonra ilk anonim şirketi kurduk. Şehirdeki banka şubelerinde kambiyo servisi yokken biz ithalat ve ihracat yapmaya çalıştık. Kendime ait ilk şirketim Moteks Modern Tekstil'i ise 1986 yılında kurdum. Bu Kahramanmaraş'ın ilk örgü firmasıydı. 1997 yılına ge-

lindiğinde kumaş boya apresi yapan Çabasan Tekstil'i kurdum. İşlerimizi geliştirdik ve çeşitlendirdik. ÇBS Balcı Gıda ile gıda sektöründe, ÇBS Ambalaj ile de kompozit üretiminde faaliyet gösteriyoruz. Artık BLC Grup olarak anılıyoruz.”

Hedef 100 milyon TL

BLC Grup 2017 yılını 70 milyon TL ciro ile kapattı. 220 kişiye istihdam sağlayan grup bu yıl cirosunu 100 milyon TL'nin üzerine, istihdamını ise 250 kişiye çıkarmayı hedefliyor. Tekstil üretimlerinin yüzde 70'ini kumaş tuc-carları ve konfeksiyon firmaları aracılığıyla ihraç ettiklerini söyleyen Şahin Balcıoğlu, aynı zamanda İtalya, Slovenya ve Balkan ülkelerine doğrudan tekstil ihracatı yaptıklarını belirtiyor. Şahin Balcıoğlu, “2017'de 1 milyon dolarlık doğrudan ihracat gerçekleştirdik. 2018'de ise bu rakamı 2 milyon dolara çıkarmayı hedefliyoruz” diye ekliyor.

Sahillerde potansiyel yüksek Denize sahili olan Akdeniz'den Karadeniz illerine kadar tüm bölgelerde ve yağmurdan etkilenen tüm yerlerde neme ve suya dayanıklı kompozit ahşap panelin en uygun ürün olduğunu dile getiren Şahin Balcıoğlu, ürünü tanıttıkça satışlarının tahminlerinin ötesinde büyümesini belediklerini söylüyor. Balcıoğlu, “Pluswood'un nakliye maliyeti yüksek olduğundan ihracatta özellikle yakın ülkeler ile Avrupa'ya hedef pazar olarak belirledik. Toplam üretimimizin yüzde 60'ını iç pazara vermeyi, yüzde 40'ını ise ihraç etmeyi planlıyoruz” diyor.

Kişiye özel otomobil tasarlayacak

Türkiye’de önemi her geçen gün daha da artan endüstriyel tasarım konusunda, özel sektörde bir girişim dikkat çekiyor. Dünyaca ünlü otomobil markalarının tasarım ekiplerinde görev alan ve uzun yıllar ABD, Almanya ve Meksika gibi otomobil üretimi yapılan ülkelerde çalışan Sedat Öztürk, Türkiye’de kurduğu şirketiyle kişiye özel otomobiller üretecek. Kişiye özel otomobil üretiminde kullanılacak prototip için, sahibi olduğu Corvette’ini demonte ederek projeye start veren Öztürk, özel tasarım araçları, motorundan kaportasına, logosundan jantlarına kadar sahibinin izlerini yansıtarak tasarlayacak.

Sedat Öztürk ilk olarak Ford Otosan Türkiye’de ardından sırasıyla Nissan Amerika, Volkswagen Meksika, Opel Almanya ve yine Volkswagen Almanya’da 12 yıl boyunca profesyonel otomotiv tasarım hizmeti vermiş bir isim. Lüks tekne ve yat üretimlerinde de danışmanlıklar veren Sedat Öztürk, Türkiye’de kurduğu “Sedat Öztürk Endüstriyel Tasarım” şirketi ile otomotiv, yat ve endüstri ürünleri tasarımı ve mühendisliği ile tasarım danışmanlığı hizmeti veriyor.

‘Terzi işi otomobil’

Türkiye’de özel sektöre, ticari araç, otomobil ve tekne üretimlerinde danışmanlık veren Sedat Öztürk, otomobil tutkunlarının hayallerini gerçeğe dönüştürmek için de özel çalışmalar tasarımı yapıyor. Dünyada yükselen bir trend olan kişiye özel otomobil tasarımının Türkiye’de de ilgi görmeye başladığını vurgulayan Sedat Öztürk, kendi karakterlerini otomobillerine yansıtmak isteyen çok sayıda otomobil tutkunu olduğunu söylüyor.

Kendilerini terziye benzettiklerini belirten Sedat Öztürk, özel tasarım otomobili isteyen kişilerin, üretimde aktif olarak bulunacaklarını

Uzun yıllar yurtdışında otomotiv sektörünün dev markalarında tasarımlar yapan Sedat Öztürk, Türkiye’ye dönerek kişiye özel otomobil tasarımı yapacak bir şirket kurdu. Öztürk, “Beş yılda uluslararası arenada tanınan bir Ulaşım Araçları Tasarım Stüdyosu olmak istiyoruz” diyor.



ifade ediyor. Öztürk “Otomobilin sahibi de tasarım sürecinde yer alacak, kendi otomobili tasarlayabilecek. Otomobil, kişinin ismini alabilecek ve kişiye özel kullanıma yönelik olduğu için

de başkası kullanamayacak. Bu projeyi, kişiye özel kıyafet dikmek olarak da düşünebiliriz. Otomobili üretirken sahibini tarayacağız ve aracı ona giydireceğiz” dedi.

“Yerli oto için 3 bin mühendis gerekli”

Yerli otomobil için yapılacak çalışmalarda yer almak istediğini söyleyen Sedat Öztürk, yerli otomobil için bir an önce tasarım, mühendislik, AR-GE, test ve üretim şartlarının sağlanması gerektiğini vurguladı. Öztürk, “Uzun yıllar yurt dışında otomotiv sektöründe çalışmış biri olarak, bu projede yer alarak katkı vermeyi çok isterim. Yerli otomobil, büyük bir ekip işi olmalı, ancak bu şekilde başarılı sonuçlar alabiliriz. Ülkemizin yetiştirdiği çok değerli tasarımcılar ve mühendisler var. 2 bin 500 - 3 bin kişilik mühendislik ekibi ve 90 civarında bir tasarım ekibinin kurulması gerekiyor. Ama ilk önce 0 noktasından başlayarak, üretim noktasının belirlenmesi gerekiyor” diye konuşuyor.

Kültür ve sanat yapıları tasarlıyor

Zorlu PSM ve TC Cumhurbaşkanlığı Millet Kongre ve Kültür Merkezi'nin danışmanlığının ardından Desmus'u kuran George Andreou, kültürel mimarlık alanında çalışıyor. Desmus'un yeni projeleri yeni AKM, Sivriada ve Yassıada Projeleri yine Bursa'daki O1 Bursa AVM projesinin kültür merkezi.

Yaptıkları işi kültürel mimarlık olarak isimlendiren Desmus, özellikle performans mekanları ve kültür-sanat yapıları gibi projelerde uzmanlaşmış, tasarım, mimari, mühendislik ve planlama konusunda çalışan bir şirket. Faaliyetlerine 2015'te başlayan ve mimar, mühendis ve tasarımcılardan oluşan 21 kişilik ekibi bulunan Desmus, bugüne kadar pek çok projeye bu anlamda danışmanlık vermiş.

Desmus son dönemde ise çok ses getirecek projeleri üstlenmiş durumda. Uzun zamandır gündemde olan Atatürk Kültür Merkezi(AKM) bunlardan biri. AKM'nin yeni projesinde mimar Murat Tabanlıoğlu ile birlikte çalışan şirket, ayrıca Sivriada Kültür ve Kongre Merkezi, Yassı Ada'da yapılacak olan Adnan Menderes Demokrasi ve Özgürlük Adası Kültür ve Kongre Merkezi ile Esas Gayrimenkul'ün yaptığı O1 Bursa AVM projesinin içindeki kültür merkezinin projelendirmesinde de çalışıyor. Şirket, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatroları'na ait sahnelerin yenilenmesi projesi içinde görüşmelere devam ediyor.

Zorlu PSM ve külliye

Desmus'un kurucusu olan George Andreou, Yunanistanlı. 12 yıl önce Türkiye'ye gelen ve eşyile tanıştıktan sonra Türkiye'de yaşamaya karar veren Andreou, AKMH University of Athens at the Music Technology'den mezun olduktan sonra mimari, mühendislik ve etkinlik konusunda pek çok eğitim programına katılmış. Uzun yıllar prodüksiyon şirketlerinde çalışan Anderou, Zorlu PSM'nin yapım aşamasında 'proje tasarım ve operasyon lideri'



GEORGE ANDREOU

olarak çalışmış. Ana tasarım ekibiyle beraber Zorlu PSM'yi mekansal anlamda olabilecek en efektif hale getirmek için çalışan ve yapım sürecinin tamamlanmasından sonra iki yıl boyunca işletmesinde de görev alıyor.

Zorlu PSM'yi gezdirmek ve detaylarını anlatmak için misafir edilen heyetin mekanı çok beğenmesinden sonra, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi içerisindeki Kongre ve Kültür Merkezi yapımı için danışman olma teklifi aldığı söyleyen Andreou, bu proje için çalışırken bir yandan da Desmus'u kurduğunu anlatıyor. Kariyeri boyunca, kültürel etkinlikler ve buna uygun mekanlar yaratmakla uğraştığını belirten Andreou, şirket kuruluşunun ardından pek çok projeye kültürel mimarlık danışmanlığı yaptıklarından bahsediyor. Bugün pek çok iddialı projenin içinde yer alan şirket, AKM projesi için 5 ay önce görevlendirilmiş ve projeyi bitirmiş. AKM içinde 2 bin 500 kişilik bir opera salonu,

Gerçekleştirilen ve devam eden projeler

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Millet Kongre ve Kültür Merkezi
- Atatürk Kültür Merkezi (AKM)
- TBMM Divan Salonu
- Esas Gayrimenkul - O1 Burda AVM Kültür Merkezi
- Sivriada Kültür ve Kongre Merkezi
- Sarıyer Belediyesi Boğaziçi Kültür ve Sanat Merkezi
- Çorlu Belediyesi Trakya Gösteri ve Kültür Merkezi Tiyatro Salonu
- Adnan Menderes Demokrasi ve Özgürlük Adası- Kültür ve Kongre Merkezi
- Üsküdar Belediyesi Çok Amaçlı Salonlar
- T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı Depremle İzleme ve Değerlendirme Merkezi
- Doğa Bilim Okulu Konferans Salonu

600-700 kişilik bir tiyatro salonu, güzel sanatlar salonu, sanat galerileri ve konferans salonları olacağını anlatan Andreou, AKM'nin eski materyallerinin kullanılacağı bir sergi alanının da projeye eklendiğini söylüyor. Yassı Ada'daki projede ise otel, üç farklı müze ve restoran-kafelerin olacağını belirten Andreou konuşmasını şöyle sürdürüyor:

"Eski Subay Gazinosu'nun olduğu yerde, Adnan Menderes'in hayat hikayesini anlatan bir müze olacak. Eski spor salonunun olduğu yerde ise mahkemenin tekrar canlandırılacağı bir etkinlik mekanı oluşturulacak. 15 dakika arayla insanlara mahkeme yaşatılacak. Biz müzelerin konsept ve dekorasyon projelerini oluşturuyoruz. "


GARANTİPARTNERS

Ayşegül Sakarya Pehlivan / asakarya@ekonomist.com.tr

Kişiselleştirilmiş çözümler sunuyor

Batu Şat ve Ferit Ozan Akgül, AVM'lerde ortamda bulunan sinyalleri kullanarak ziyaretçilerin alışveriş alışkanlıklarına ışık tutan bir sistem geliştirdi. Bu sistem sayesinde şirketler müşterilerine özel kişisel çözümler sunuyor. Yurtdışına ilk açılımını Amerika'yla yapan şirket, önümüzdeki dönemde de Avrupa, Latin Amerika, Orta Doğu ve Güney Doğu Asya'da büyümeyi hedefliyor.

Batu Şat ve Ferit Ozan Akgül Amerika'da yüksek lisans ve doktora eğitimlerini aldıktan sonra Silikon Vadisi'nde Fortune 100 şirketlerinde ve start up'larda çalışan iki genç girişimci...

2013'te yolları kesişen girişimciler iki yıllık bir çalışmanın ardından kendi işlerini kurmak üzere çalıştıkları şirketlerden ayrılıyor. Amerika'da edindikleri tecrübelerini kendi işlerinde kullanma kararı alan girişimciler, ek bir donanım yerleştirmeye gerek kalmadan, AVM'lerde ortamda bulunan sinyalleri kullanarak mağaza seviyesinde hassas bir kapalı alan lokasyon sistemi geliştiriyor. Böylece 2015 yılında Mall IQ'nun temelleri atılıyor.

Mall IQ, özellikle GPS'in çekmediği AVM gibi kapalı alanlarda ve alışverişin yoğun olduğu caddelerde, kullanıcıların alışveriş alışkanlıklarına bir ışık tutuyor. AVM'lerde bulunan şirketler bu bilgiler işi-

ğında müşterilerine kampanyalar sunuyor. Ayrıca, Mall IQ, sinyaller değiştiğinde otomatikman fark edip kendini adapte eden 'machine learning- makine öğrenimi' algoritmalarını kullanıyor. Yani bilgisayarlar var olan verileri kullanarak gelecekteki davranışları, sonuçları ve eğilimleri öngörebiliyor.

Günümüzde şirketlerin müşterilerini daha iyi anlayarak, onlara uygun kişiselleştirilmiş faydalar sağlamayı hedeflediğini söyleyen Batu Şat, "Böylece şirketler rakiplerinin önüne geçmenin peşinde. Ne yazık ki bazen bunu yapmaya çalışırken yanlış yer ve zamanda gönderilen mesajlar ile kullanıcılarında memnuniyetsizliğe sebep olabiliyorlar. Mall IQ teknolojinin en önemli faydalardan biri, sms ve e-posta gibi mesaj kirliliğinin azaltılmasına olanak vermesi" diyor. Mall IQ, bu problemi çözme-ye çalışan diğer çözümlerin aksine bir do-

nanım yerleştirmeyi ve bu donanımların operasyonel yönetimini gerektirmiyor.

İZGE CENGİZ ERCAN (ÜRÜN YÖNETİCİSİ)



İlk açılım Amerika'ya Diğer taraftan Amerika, İngiltere gibi yeni pazarlara açılım için çalışmalar sürüyor. Batu Şat, Türkiye'de bankacılık, perakende, e-ticaret ve sadakat uygulamalarına getirdikleri yeniliklerin yurtdışında da ilgi gördüğünü söylüyor. Teknolojinin kullanımı için herhangi bir donanım yerleştirilmesi gerekmediğinden, talep olan pazarlarda hızlı bir şekilde projeleri hayata geçirmek mümkün. Bu yılın başında, Amerika'da orta boy bankalara sadakat programı sağlayan bir müşteri ile anlaşarak yurtdışına ilk açılımını yapan şirket, önümüzdeki dönemde de Avrupa, Latin Amerika, Orta Doğu ve Güney Doğu Asya'da büyümeyi hedefliyor.



AHMET SAMET YÜZLÜ (YAZILIM MÜHENDİSİ) - FERİT OZAN AKGÜL (KURUCU ORTAK, CTO) - BATU SAT (KURUCU ORTAK, CEO)

Yüksek etkileşim sağlıyor

Banka, sadakat, perakende ve e-ticaret sektörlerinde faaliyet gösteren Mall IQ, kullanıcılarını gereksiz mesajlar ile yormadan doğru yer ve zamanda iletişime geçerek hem müşteri memnuniyetini artırıyor, hem de diğer iletişim yöntemlerine oranla çok daha yüksek etkileşim sağlıyor. Mesela, bir banka müşterilerine anında kredi iletişimi yapmak istiyorsa, bu iletişimi yüksek fiyatlı ürünler satan mağaza yakınlarında yaptığında çok daha yüksek satış oranları yakalayabiliyor. Aslında iletişim tarafının buzdüğünün tepesi olduğuna dikkat çeken Şat, sözlerine şöyle devam ediyor: “Daha da güçlü olan katkı, şimdiye kadar müşterilerinin davranışlarını 360 derece anlama imkanı olmayan markalara, müşterilerini çok daha iyi tanıma ve onlara sundukları faydaları kişiselleştirme olanağı veriyoruz.”

Şirket, mobil uygulaması olan müşterilerine oldukça detaylı bir analiz sunarken mobil uygulaması olmayan perakende mar-

kalarına da raporlar ile hizmet veriyor. Bu bilgiler, müşterilere verilen hizmetin iyileştirilmesi yanında yeni bir lokasyon açarken veya bir mağazanın operasyonel olarak optimizasyonu için de kullanılabilir.

Mobil ve özellikle banka uygulamaları konusunda uzmanlaşan İzge Cengiz Ercan'ın ise Mall IQ takımına beş ay önce katılmasıyla şirket, ürün ve iş geliştirme konularında ciddi bir ivme kazandı. Bu ivmenin de etkisiyle 2018 yılında iki farklı koldan büyüme planlanıyor. Bir yandan yeni ürünler piyasaya sürülürken diğer taraftan mobil uygulaması olmayan perakendeciler için geliştirilen yeni ürün üzerinde çalışmalar sürüyor.

2018 büyüme yılı

Batu Şat, reklamcılık sektöründe oldukça ses getirecek inovatif bir proje üzerinde çalıştıklarını vurguluyor. 2018'in büyüme senesi olacağını belirten Şat, “2016 bizim için yoğun bir teknoloji ve ürün geliştirme yılı ol-

du. 2017'de, yarattığımız ürün ve teknolojileri ilk müşterilerimiz ile buluşturduk ve ilk dört müşterimizin mobil uygulamalarında yerimizi aldık. 2018'e hızlı bir başlangıç yaparak, yıl sonuna kadar gelişimimizi sekiz kat artırmak yolunda emin adımlarla ilerliyoruz” diyor.

Şirket, fiyatlandırmayı uygulamayı indiren ve lokasyon izni veren kullanıcı sayısına göre belirliyor. Böylece müşterilerden sadece ulaşabildiği kullanıcılar

kadar ücret alınıyor. Şat, müşterilerin kendi kullanıcılarına kaç kere ulaşacaklarına karar verirken fiyatı bir karar sebebi olmaktan çıkarttıklarını belirtiyor.

Mall IQ'nun başarısı yatırımcıların da ilgisini çekmiş durumda. 500 Startups İstanbul Fonu'nun yanı sıra bankacılık ve teknoloji şirketlerinde yöneticilik yapan yedi melek yatırımcıdan yatırım aldı. Maddi yatırım dışında bağlantı ve stratejik ortaklık katabilecek yatırımcıları tercih ettiklerini söyleyen şirketin kurucularından Batu Şat, hali hazırda melek ve stratejik yatırımcılarla görüşmelerin devam ettiğini belirtiyor.

Mall IQ, kısa bir süre önce Garanti Partners'a katıldı. Bu işbirliğinin olumlu katkılarını şimdiden görmeye başladıklarını söyleyen Şat, “Bu işbirliğinin merkezi bir lokasyonda ofis, konularında deneyimli kişilerden mentorluk ve start up ekosisteminin bilfiil içinde olma konularında destek ve katkıları olacağını düşünüyoruz. Mentorluk çalışmalarını başlandı bile” diyor.

KOBİ'ler Kırklareli'nde güç birliği yaptı

Kırklareli Vize'de konumlanan Plastik İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (PAOSB), İstanbul ve Avrupa pazarına yakınlığının yanı sıra sunduğu teşviklerle KOBİ'ler tarafından tercih ediliyor. PAOSB Yönetim Kurulu Başkanı Fidan Aslan Eroğlu, "PAOSB'da sektörel güç birliği ve sinerji yaratma potansiyeli, sektörün ihtiyaçlarına özel tasarlanan modern altyapı imkanları, imalat sanayi sektörlerini kucaklayan yeni büyüme alanları da yatırımcının önünü açan faktörler" diyor.

Bir iş kolunda başarılı olmanın en önemli kriterleri arasında rekabet edebilirlik ve pazara yakınlık başı çekiyor. Özellikle de KOBİ'ler için bu koşullar ayakta kalabilmek için olmazsa olmazlardan. Ucuz üretim yapıp pazara ulaştırabilmek başarı şansını artırıyor. Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER) ile Asrey Ltd. Şti arasında yapılan protokolle 2012 yılında kurulan PAGDER&Aslan Plastik İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (PAOSB), KOBİ'lere sunduğu teşvikler ve pazara yakın konumu ile KOBİ'lerin merkezi haline geldi. Türkiye'nin ilk ve tek plastik ihtisas özel OSB'si olan PAOSB, özel sektör ve STK işbirliğinin ilk örneğini oluştururken, kent içine sıkışmış ve dağınık bir şekilde çalışmalarını sürdüren plastik üreticilerini modern bir üretim alanında bir araya getirmeyi hedefliyor. Kırklareli'nin Vize ilçesi'nde 600 milyon TL toplam yatırım bedeliyle hayata geçen PAOSB'un altyapı çalışmalarının bu yılın haziran ayında tamamlanması planlanıyor.

Tapular teslim edildi

PAOSB Başkanı Fidan Aslan Eroğlu, PAOSB'nin 650 bin metrekareden oluşan ilk etabında plastik sanayinden 69 firma yerini aldığını, yüzde 80'ini KOBİ'lerin oluşturduğunu bu firmaların tapularının teslim edildiğini söylüyor.

Sinerji imkanı

Plastik İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde aynı sektöre ait birbirleriyle ilişkili tesislerin bir arada olmasının firmalara avantajlar sağladığına dikkat çeken Fidan Aslan Eroğlu, firmalar arasında yaratılacak sinerjinin maliyetleri düşürüp, kârlılığı ve rekabetçiliği artıracaklarını da vurguluyor.

Fidan Aslan Eroğlu, sanayicinin ihtiyaçlarına göre tasarlanan altyapı inşaatının bu yılın ikinci yarısında tamamlanacağını, PAOSB'un üstyapı yatırımları için hazır hale geleceğini söylüyor.

Plastik sektörünün geleceğine yön vermeyi hedefleyen PAOSB, nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılamak amacıyla Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne de ev sahipliği yapacak. Gençlerin nitelikli bir mesleki eğitim ile işgücüne katılmaları sağlanarak bölge ekonomisine ve istihdamına katkı sağlanacak.

PAOSB, çevreye ve doğaya dost üretim anlayışı ve örnek bir OSB olma hedefi ile ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemini uygulayacak. PAOSB'de üretim yapacak işletmelerin atığı evsel atık ile eşdeğer ölçülerde olmasına rağmen OSB'de yer alan Atık Su Arıtma Tesisinde katılımcı firmalardan kaynaklanan evsel ve evsel nitelikteki endüstriyel atık suların arıtımı gerçekleştirilecek.

OSB'de otelden bankaya, postaneden eczaneye, marketten kafe ve restorana, noterden camiye, tenis kortundan basketbol ve voleybol sahalarına, piknik alanına kadar sosyal tesisler yer alacak.



PAOSB'nin genişleme ve 2 ve 3'üncü etap büyüme alanları ile birlikte, 20 bin kişiye istihdam sağlanması hedeflenirken, 2'nci etap büyüme alanı yine plastikle ilişkili sektörlerle ayrıldı. 3'üncü etap büyüme alanları ise mobilyadan tekstile, makinadan elektrik-elektronığe, kauçuktan züccaciye ve ambalaja kadar tüm imalat sanayi sektörlerine açık. Plastik İhtisas OSB'nin hemen yanında İhtisas OSB niteliğinde farklı OSB'lerin kurulması ve bir 'OSB'ler Topluluğu' oluşturulacak. PAOSB yönetimi, bu yılın son çeyreğinde OSB'yi her şeyiyle hazır hale getirip önümüzdeki 5 yılda parsellerinin çoğunluğunda fabrikaların üretime geçmesini hedefliyor.

Teşvik kapsamında

İstanbul'a ve Avrupa'ya yakınlığı ile öne çıkan PAOSB, yatırımcılara avantajlar sunmasının yanı sıra, sosyal yaşam alanları ile de dikkat çekiyor. Sanayiciye yüzde 30 daha ucuz enerji, yüzde 45 yatırım teşvikinden yararlanma imkanı ve modern altyapı imkanları sunan PAOSB, büyüme alanları ile birlikte plastik sektörünün yanı sıra mobilyadan tekstile, makinadan elektrik-elektronığe, kauçuktan züccaciye ve ambalaja kadar imalat sanayinin tümünü kucaklama potansiyeline sahip.

Dünyanın 7'nci, Avrupa'nın 2'nci en büyük üreticisi konumunda olan plastik sektörü, 2017 yılında 10 milyon ton üretimle 37,8 milyar dolarlık ciro yaparak yüzde 8 oranında büyüdü. Devlet tarafından sunulan teşvikler sektörü canlandırırken bu yıl sektörün yüzde 10'luk büyüme hedefi bulunuyor.

Lojistik ve ulaşım kolaylığı, istihdam sorununun olmayışının PAOSB'ü öne çıkaran faktörler arasında yerini aldığını belirten PAOSB Yönetim Kurulu Başkanı Fidan Aslan Eroğlu,



FİDAN ASLAN EROĞLU

“PAOSB'de sektörel güç birliği ve sinerji yaratma potansiyeli, sektörün ihtiyaçlarına özel tasarlanan modern altyapı imkanları, sanayici ile aynı dili konuşan OSB yönetimi ve tüm imalat sanayi sektörlerini kucaklayan yeni büyüme alanları da yatırımcının önünü açan faktörler oluyor” diyor.

Daha ucuz enerji

Sanayi üretiminde en önemli maliyet kalemlerinden birini enerji oluşturuyor. PAOSB, direkt iletme bağlanarak bölge OSB'lere kıyasla yüzde 30 daha ucuz enerji tedarik ediyor. Böylece enerjinin yoğun olarak kullanıldığı plastik sanayinde faaliyet gösteren firmaların üretim maliyetlerini aşağı çekerek daha rekabetçi fiyatlarla üretim yapmalarına imkan tanıyacak.

Plastik sektörü yürürlükte bulunan teşvik sistemine göre sadece 6'ncı Bölge desteklerinden yararlanmasına rağmen PAOSB katı-

lımcıları İhtisas OSB avantajıyla 3'üncü Bölge teşviklerinden yararlanma imkânı bulacak. Böylece PAOSB'ü seçen sanayici yaptığı yatırımın yüzde 45'ini geri alacak.

Kurumlar vergisi indirimi desteği, sigorta primi işveren hissesi desteği, gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnasının da uygulandığı PAOSB'nin katılımcıları emlak vergisi, bina inşaat ve yapı kullanma harcı ödemiyor. Ayrıca ekstra ÇED raporu, arıtma maliyeti ve atık su bedeli de yok.

Üretim Reform Paketi olarak adlandırılan 7 bin 33 sayılı kanunla yapılan düzenleme ile yerleşim alanları içinde kalmış ya da planlı sanayi alanları dışında faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin planlı sanayi alanlarına taşınmasına Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından kredi desteği sağlanıyor. Sanayicinin İstanbul dışına taşınma yükünü hafifletecek düzenleme sayesinde yüzde 3 faizle kredi desteği verilecek.





“Turizmde online satışların payı artacak”

E-ticaret, küresel ölçekte büyüme trendini sürdürürken turizm sektöründe de hacmini her geçen gün artırıyor. Seyahat ve deneyim satın alma olgularının giderek önem kazanması ile birlikte Türkiye’de de online tatil sitelerinin sayısı da her geçen gün artıyor. Sektöre giriş yapanlardan Tatilemerhaba.com da bunlardan biri... Tatilemerhaba.com Genel Müdürü Cenk Erözer, “Mobil uygulamaların hayatımıza girmesi ile online alışveriş oranları daha da büyük artış gösteriyor.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte dünyada sınırlar da ortadan kalktı. Ulaşımın giderek kolaylaşması ile birlikte insanlar daha çok seyahat etme eğiliminde. Seyahat satın alınırken online site kullanım oranları da her geçen gün artıyor. Tüketici eğilimlerindeki değişim de bu alanda yeni girişimlerin hayat bulmasını sağlıyor. 2017 yılının temmuz ayında faaliyete geçen Tatilemerhaba.com da bu girişimlerden biri.

Tatilemerhaba.com’un tüm sorulara yanıt verebilen, akıllı arama motoru özelliğiyle kullanıcının seçimlerine uygun daha düşük bütçeli akıllı öneriler sunabilen, her zaman kullanıcının menfaatini koruyan bir sistem olduğunu söyleyen Tatilemerhaba.com Genel Müdürü Cenk Erözer sorularımıza şu yanıtları verdi:

Turizmde e-ticaretin kullanım oranı şu anda nedir, gelecekte ne olmasını bekliyorsunuz?

Küresel ölçekte büyümesini sürdüren e-ticaret, turizm sektöründe hacmini her geçen gün artırıyor. E-ticaret, küresel ölçekte büyümeye devam ederken pek çok sektör ile de etkileşimini sürdürüyor. Turizm de her yıl artan hacmi ve büyüme oranlarıyla e-ticarete göz kırpan bir sektör. Seyahat ve deneyim satın alma olgularının önem kazan-

“Tüketici mağdur olmamak için TÜRSAB üyesi mi diye bakmalı”

Online web sitelerinden alışveriş yaparken, firmaların TÜRSAB üyesi olup olmadığına, iletişim bilgilerine, ürün fiyat dengesine, güvenli ödeme sistemlerine sahip olup olmadıklarına mutlaka dikkat edilmesini tavsiye ediyoruz.

ması ile birlikte tatil sitelerinin de gelişme şansı buluyor. Gelecekte e-ticaret sitelerinin sunacağı hizmet ve avantajların büyük bir gelişim ve atılım gerçekleştireceğini söyleyebiliriz.

E-ticarette turizm sektöründe Türkiye’de nasıl bir potansiyel bulunuyor?

Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de e-ticaretin payı sürekli artıyor. Turizm sektöründe de aynı şekilde bir artış söz konusu. Ancak bu artış, henüz yurt dışındaki oranların altında seyrediyor. Ülkemizdeki kullanıcıların büyük bölümü, tatili web sitelerinden araştırıyor, satış ve ödeme işlemlerini çağrı merkeziyle sonlandırıyor. Kullanıcıla-

ra online web sitelerinden 7/24 hizmet verilmesi, güvenli ödeme sistemlerinin gelişmesi, kişilerin oturduğu yerden tatillerini kolayca planlayabilmeleri, kullanıcı dostu sistemlerin geliştirilmesi gibi sebeplerle turizmdeki e-ticaret payı daha da artacak.

Tatil eğilimlerinde ne gibi değişiklikler söz konusu? Tatil satın alırken nelere dikkat ediliyor?

Genel olarak tüketicilerin tercihlerinde fiyat en önemli unsur tabii ki. Her tüketici, satın aldığı aynı ürünün, başka bir satıcıda daha ucuza satıldığını hiçbir zaman görmek istemiyor. Biz bu konuya çok önem veriyoruz. Bizim bu süreçte acente ağı ile satış planımız bulunmuyor. Tatilemerhaba.com sitesi üzerinden ya da deneyimli çağrı merkezi ekibimizden araştırma yapan ya da tatil satın alan müşterilerimiz, onlara piyasadaki en düşük fiyatı sunduğumuzu görüyor. Tüketicinin önem verdiği konulardan bir diğeri de, otellerde konaklama yapmış misafirlerin tarafsız objektif puanlamalarına ulaşabilmek. Tatilemerhaba.com olarak, bu işi son derece objektif bir şekilde küresel olarak gerçekleştiren ilk online itibar programı Trustyou’dan besleniyoruz.

İnternette tatil satın almak tüketiciye ne gibi fırsatlar sunuyor?

Kişiler, ister iş seyahati ister kişisel tatil planlamaları olsun, e-ticaretin sunmakta olduğu 7/24 hizmet, güvenli ödeme, hız, kolaylık, müşteri desteği gibi konulardan yararlanmak istiyor. İnternet sayesinde fiyat karşılaştırma, hızlı ve kolay bir şekilde rezervasyon yapabilmek veya iptal edebilmek, tatil için danışmanlık alabilmek, misafirlerin tarafsız objektif puanlamalarına ulaşabilmek, özel indirimlerden yararlanmak gibi avantajlara ulaşmak mümkün. Mobil uygulamaların hayatımıza girmesi ile online alışveriş oranları daha da büyük artış gösteriyor. Özellikle genç neslin tüketim alışkanlıklarına önemli ölçüde yön veren mobil uygulamalar, e-tatil sitelerinin de gözden kaçırılmaması gereken bir alan.

Gelecekte turizm sektöründe online web sitelerinin sayısında nasıl bir değişim bekliyorsunuz?

Diğer sektörlerde de olduğu gibi, bir işi farklılaştırarak doğru yapan, yaptığı bu işi karşı tarafa doğru aktaran, etik ilkelere bağlı, müşteri odaklı çalışan, kaliteli hizmet veren, rekabetçi firmalar gelişirken bu kriterleri taşımayan firmalar elenecek. İleride online web sitelerinin adetsel olarak azalmasına karşın satış paylarının yükselmesini bekliyoruz.

Tatilemerhaba.com olarak kaç kişilik ekibe sahipsiniz ve ne tür hizmetler veriyorsunuz?

Ekibimiz 20 kişiden oluşuyor. Web sitemize tatil araştırmak veya satın almak amacıyla giriş yapan kişilere, aradıkları her sorunun yanıtını bulabildikleri kullanıcı dostu bir sistemle beklentileri paralelinde en kaliteli ve en uygun fiyatlı tatil olanaklarını sunuyoruz.

Hedefiniz nedir?

Hedefimiz siteyi ziyaret eden herkese, her bütçeye göre satın alınabilecek en kaliteli tatil olanaklarını sunmak, kişilerde tatil alışkanlığı yaratarak pazarı genişletmek, yüksek müşteri güveni ve memnuniyeti yaratarak tatil satın almada bir referans noktası olmak. Türk turizminin gelişmesinde önemli bir role sahip olmayı da hedefliyoruz. Her zaman en iyi fiyatı sunmak, internetten en kolay satın alma sürecini sağla-



CENK ERÖZER

mak, ihtiyaç duyan herkesle anında birebir canlı iletişim kurarak tüm ihtiyaç ve beklentileri yüksek müşteri memnuniyetiyle karşılamak hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Tüketicilere ne gibi fırsatlar sunuyorsunuz?

Müşterilerimizin tereddüt yaşamadan, güvenli ve kullanıcı dostu bir sistem üzerinden, en düşük fiyata en kaliteli tatili sa-

tın almalarını sağlıyoruz. Bütçeleri doğrultusunda, nerede, ayın hangi döneminde en avantajlı tatili yapabileceklerini tarafsız bir şekilde gösterip seçimi onlara bırakıyoruz. Bütçelerini aşmadan, seçim yaptıkları bölgelere yakın bölgelerdeki ya da seçim yaptıkları tarihlere yakın tarihlerdeki kriterlerine uygun ancak daha uygun fiyatlı tatil seçeneklerini sunuyoruz.

Girişimcilik ofisleri kuruyorlar

Temelleri 25 yıl atılan Erginoğlu & Çalışlar Mimarlık, son dönemde pek çok girişimci şirketin ofisini tasarladı. Bunlar arasında Yemek Sepeti Park, sahibinden.com, Özyeğin Üniversitesi Girişimcilik Laboratuvarı içindeki Es-Lab'ı saymak mümkün. Şirket şu sıralar, Londra'da bir tasarım merkezi projesi üzerine çalışıyor.

Erginoğlu & Çalışlar Mimarlık, bundan 25 yıl önce yeni mezun mimarlar Kerem Erginoğlu ve Hasan Çalışlar tarafından kuruldu. Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi'ni bitirdikten sonra kısa bir süre farklı mimarlık ofislerinde çalışan Erginoğlu ve Çalışlar, zaman içinde kendi şirketini kurmaya karar verdi. İki arkadaş, sonra birbirini tamamlayan iki ortak oldu. Ofisi ilk kurduklarında daha çok küçük ölçekli işler yapan mimarlar; ilerleyen yıllarda büyük projeler üstlendi. Bugün mimarlık, kurumsal kimlik ve kentsel tasarım alanlarında projeler geliştirmekte, uygulama ve kontrol yapan Erginoğlu & Çalışlar Mimarlık, son yıllarda Yemek Sepeti Park, sahibinden.com, Özyeğin Üniversitesi Girişimcilik Laboratuvarı içindeki Es-Lab gibi özellikle girişimcilik konusunda projelere imza attı. Bu kapsamda girişimcilik ofisleri tasarladıklarını belirten Kerem Erginoğlu, "25 yıl içinde çok sayıda proje gerçekleştirdik. Bunların içinde TAC-SEV Yeni Kampüsü, Bakü New Power Station, Ganja-Mall, Tuz Ambarı, TBWA, Studio Santral, Turkcell Teknoloji ve AR-GE Merkezi, Gaziantep PrimeMall, Pendorya AVM, Denizbank Genel Müdürlüğü, Mesa Çamlıca Evleri gibi projeler var" diyor. 2001 yılından beri yurt

dışında da projeler gerçekleştiren mimarlık ofisi; Azerbaycan, A.B.D, Kenya, Rusya ve Berlin'de projeler yaptı. Şu sıralar ise Londra'da bir tasarım merkezi projesi üzerinde çalışıyor.

Esnekliğe sahip mekanlar

Girişimci ofisleri her şeyden önce yeni hatta belki de hiç denenmemiş bir fikri hayata geçiriyorlar. Ofisin yapısı ve tasarımı mutlaka bu fikri destekler nitelikte olmalı. Mekan kullanıcılarının kendilerini iyi hissetmesi, yaratıcılığı teşvik eden ortam-

lar yaratılması girişimci ofisleri için son derece önemli. Girişimci ofisleri için bir başka önemli unsur ise esneklik. Yeni bir fikir ve iş modelini uygularken, çalışma mekanlarının da işin gelişimine göre evrilmesi çok sık rastlanan bir durum. Bu durumları tasarım aşamasında ön görmek ve esnekliğe sahip mekanlar yaratmak gerekiyor.

Bu noktada özellikle ofisi kullanacak kişilerle birlikte çalışmayı çok önemstediklerini belirten Kerem Erginoğlu, "Onların ihtiyaçlarını, bütün bu kuluçka aşamasındaki grup ya da tekil çalışmalarda nasıl bir esneklik ve hareketlilik istediklerini, fikirleri nereye yazacaklarını, nasıl toplanacaklarını sonra kendi özel alanlarına nasıl döneceklerini çok iyi anlamamız gerekiyor. Tasarım aşamasında kolektif zekaya çok önem veriyoruz. İnsanları dinleyip onlara alternatif modeller sunarak en mutlu ve konforlu çalışacakları alanı kendilerinin seçmesine yardımcı olmaya çalışıyoruz" diye anlatıyor.

Yeni nesil ofisler

Son dönemde sıkça bahsedilen çevik ofis kavramı son derece önemli. İnsanlar artık ofislerde sabit değil çok hareketliler. Ofis içinde konsantre çalışılabilen zamanlar artık çok daha sınırlı. Bunu yaratabilecek yan mekanlar oluşturulması gerekiyor. Çay, kahve içebileceğin bir kafe, arada uzanabilecek bir dinlenme mekanı, sosyalleşme mekanı, farklı gruplar ve büyüklüklerde toplantı yapabildiğin bir takım alanlar iş verimliliğini arttıran konular. "Tebdil-i mekanda ferahlık vardır" sözü çalışma ofisleri için de geçerli. Yeni nesil ofislerde tek kimlikli ve tek bir dilde bir mekan yaratmak yerine ofisin içinde sinegrafik olarak da olsa birşeyleri değiştirmek ve insanların aynı kutunun içindeyken ambiyans olarak farklı bir yerlerdeymiş gibi hissetmesini sağlamak gerekiyor. Bunun, çalışanların bulunduğu mekandan sıkılmamasını sağladığını belirten Hasan Çalışlar, "Çalışanlar, sürekli olarak mekan veya ortam değiştirdiğini hissediyor. Dolayısıyla daha sekansiyel yapıları ofisler bu tür ambiyans yaratmada bize kolaylık sağlıyor. Bu da özellikle yeni kuşak çalışanların verimliliği için önemli" diyor.



KEREM ERGİNOĞLU - HASAN ÇALIŞLAR

Tasarım dili

Türkiye’de girişim dünyasının belki de en ilgi gören, başarılı ve hayranlık duyulan bazı şirketlerinin ofislerini tasarladıklarından söz eden Kerem Erginoğlu, şunları anlatıyor:

“Ama start up aşamasında değillerdi ve başarılarını zaten kanıtlamışlardı. Girişimci ruhunu yitirmeden kurumsallaşma yolunda elbette ofislerin tasarım dili de son derece öncelikliydi. Bu noktada işveren vizyonu da devreye giriyor. 5 yıl önce gerçekleştirdiğimiz Sahibinden.com ve Yemek Sepeti Kampüs ofislerini tam anlamı ile böyle bir süreç içindeyken tasarladık. Ofislerin paydaşları tarafından beğeni toplaması ve çok ilgi çekmesi, satış ve pazarlamalarına katkı ve ayrıcalıklar sağladı.”

Mimarlık ofisi, Özyeğin Üniversitesi’ndeki Girişimcilik Laboratuvarı içindeki Es-Lab projesinde ise girişimciliği başka bir boyutuyla ele aldı ve tasarımın ana fikrini bu şekilde ortaya koydu. Projenin ölçeği, kullanılan renkler ve malzemeler, tüm teknik detaylar ve konfor öğeleri, yaratıcılığı teşvik etmek üzere detaylandırıldı. Tasarım, bir kurum kimliği çerçevesi dışında sadece yeni fikirleri yeşertmek ve yaratıcılığı sınırsız bir şekilde geliştirmek amacı gözetilerek oluşturuldu.

Verimli mekanlar

Ofis kiralari oldukça yüksek, özellikle start-up şirketler için. Eğer şehrin ortasında, kolay ulaşılabilen bir yerde ofis tutmak istiyorlarsa ciddi bir yatırımı gözden çıkar-

mak gerekiyor. Ayrıca ofislerde yükseltilmiş döşeme, elektrik, kablolama derken ciddi bir para harcıyor. Dolayısı ile artık ofislerde burası toplantı salonu, burası sinema, burası konferans salonu demek biraz zorlaştı. Mekanların kılık değiştiren, esnek mekanlar olması önemli hale geldi. Toplantı yapılan bir mekanı masalar toplandığında yoga salonuna, yoga bittiğinde bir perde indirip sinema salonuna ya da zemine bir malzeme serip parti alanına dönüştürebiliyorsa bu, aynı alandaki metrekare maliyetini ciddi anlamda düşürüyor. Belki mobilya ve sürme kapılar, tavan içinde yok olan akustik paneller gibi esnek sistemler satın alarak birtakım maliyetleri arttırıyor ama aynı mekanı gün içinde 3 saat değil 12 saat kullanabiliyor.

Ödül alan projeler

2016 TAC-SEV Yeni Kampüs

2015 New Power Station

2014 Gaziantep Primemall AVM

2012 Turkcell AR-GE Binası

Pendorya AVM

2011 İTÜ KKTC Eğitim Araştırma

Yerleşkeleri, Gazimağusa Yerleşkesi

2010 Tuzambarı Medina Turgul DDB

Tuzambarı Medina Turgul DDB

2010 Turkcell AR-GE Binası

TAC - SEV Yeni Kampüsü

2007 TC Berlin Büyükelçiliği Kançılaryaya ,

Binası Ulusal Mimari Proje Yarışması

2004 Arkitera

2000 Harp Akademileri Yüzme Havuzu

1996 Tuncel Evi

1992 ‘Zeyrek Üzerine Bir Deneme’

15. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri, Yapı Dalı, Başarı Ödülü

Iconic Awards Birincilik Ödülü

Sign of the City Awards “En İyi AVM - Tamamlanmış Projeler”

Türkiye Hazır Beton Birliği Mimarlık Ödülleri, Eşdeğer Ödül

Türkiye Hazır Beton Birliği Mimarlık Ödülleri, Teşvik Ödülü

Davetli Mimari Proje Yarışması Birincilik Ödülü

Dünya Mimarlık Festivali (WAF) “Yeni ve Eski” kategorisi, Birincilik Ödülü

12. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Yapı Dalı, Koruma-Yaşatma” Başarı Ödülü

12. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Yapı Dalı” Başarı Ödülü

12. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Proje Dalı” Başarı Ödülü

4. Ödül

Genç Mimar Ödülü

7. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Yapı Dalı” Başarı Ödülü

5. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Yapı Dalı- Koruma Sanatı” Başarı Ödülü

3. Ulusal Mimarlık Sergisi ve Ödülleri “Grafik Sunuş Dalı” Başarı Ödülü

“KOBİ’lere dijitalleşme desteği vereceğiz”

2018’de yüzde 30 büyüme planlayan Digital Planet, 1 milyar e-fatura sınırını aşarak Avrupa’da alanındaki en büyük ilk üç şirketten biri olmayı hedefliyor. KOBİ’lerin e-fatura entegrasyonu için kampanyalar yaptıklarını söyleyen Digital Planet CEO’su Şerif Acar Beykoz, “KOBİ’lerin e-faturaya geçişte ücret ödemeyeceği alt yapı desteğinin KOSGEB üzerinden sağlanabilmesi için çalışmalara başladık” diyor. Gönüllü geçişle KOBİ’lerin dijitalleşmesine katkıda bulunacaklarını da kaydediyor.

2000’de inovatif çözümler üreten bir AR-GE şirketi olarak kurulan Digital Planet, e-Fatura, e-Defter ve e-Arşiv çözümleriyle e-dönüşümde de aktif bir oyuncu. Ayrıca veri boyutlarının yönetilmesine yönelik yeni teknolojiler üzerine de yatırımlarını sürdürüyor. ‘Kişiselleştirilmiş Akıllı Doküman’ kavramı altında ilk yüksek sıkıştırılabilir dijital doküman arşiv teknolojisini Türkiye’yle tanıttıklarını söyleyen Digital Planet CEO’su Şerif Acar Beykoz, e-fatura konseptini Türkiye’de ilk kez uygulamaya geçiren şirket olduklarını da aktarıyor. Digital Planet’in 8 bini aşan müşteri profilinin büyük çoğunluğunu KOBİ’lerin oluşturduğunu belirten Beykoz, “E-faturada gönüllü geçişi destekliyoruz. KOBİ’lerin e-faturaya entegrasyonu için kampanyalar yapıyoruz” diyor.

Şerif Acar Beykoz ile Digital Planet’in 2018 iş planlarını ve e-dönüşümdeki gelişmeleri konuştuk. Beykoz’dan e-fatura başta olmak üzere e-dönüşümün KOBİ’lere sağladığı avantajlar ile şirketin bu konuda yaptığı çalışmalar hakkında bilgi aldık.

Digital Planet hangi alanlarda, ne tür hizmetler sunuyor?

Digital Planet, yeni teknolojilerle iş dünyasına inovatif çözümler üreten bir AR-GE şirketi olarak 2000’de faaliyetlerine başladı. ‘Kişiselleştirilmiş Akıllı Doküman’ kavramı altında

2018’de e-dönüşümde neler olacak?

“2018’de e-dönüşüme zorunlu geçmek için gerekli olan ciro sınırlarının aşağı çekilmesi sektörü canlandıracak. 2018’den beklentimiz, e-fatura pazarının genişlemesi ve mükellef olmayı beklemeden daha fazla şirketin sisteme dâhil olması. 2018’de GİP liderliğinde yeni ürünlerin tebliğlerinin yayınlanacağını da düşünüyoruz. e-İrsaliye, e-Müstahsil Makbuzu, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Dekont, Kıymetli Maden Alım Satım Belgesi gibi çözümler konusunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz.”

da ilk yüksek sıkıştırılabilir dijital doküman arşiv teknolojisini Türkiye’yle tanıttık. ‘Net-Vault’ isimli bu ürünü yurtdışına ihraç ettik. İstanbul’da Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde yer alan merkez ofisimizde, 90 kişilik ekiple hizmet veriyoruz. E-dönüşüm tarafında aktifiz. 5G ve Nesnelerin İnterneti (IoT) çatısı altında veri boyutlarının yönetilmesine yönelik yeni teknolojiler üzerine yatırımlarımız da var.

e-dönüşümde neler yapıyorsunuz?

Türkiye’de e-fatura konseptini ilk kez uygulamaya geçirdik. E-dönüşüm sürecinin gelişmesine öncülük ederek e-Fatura, e-Defter ve e-Arşiv çözümlerinin diğer kurumların hayatına girmesinde aktif rol oynadık. Kurum içi süreçleri değiştirmeden ERP sistemleriyle doğrudan entegre çalışan, maliyet avantajlı,

özel entegratörlük hizmetlerinde e-İrsaliye, e-Makbuz, e-İmza, Kayıtlı Elektronik Posta (KEP), e-Bilet, e-Yedekleme, e-Mutabakat gibi yeni ürünlerle de çözüm yelpazemizi genişletiyoruz.

2014’ten bu güne e-faturada nereden nereye gelindi?

Ciro bağımlı olarak e-fatura zorunluluğunun hayatımıza girdiği 2014’ten bugüne ülke ekonomisinin yüzde 80’ini oluşturan 75 bin şirket e-faturaya geçti. Her yıl yaklaşık 10 bin yeni şirket e-faturaya dâhil oluyor. Amacımız; Gelir İdaresi Başkanlığı’nın (GİP) işbirliğinde, zorunluluk ilkesini beklemeden tüm şirketleri gönüllü dijitalleşmenin kolaylıklarıyla tanıtmaktır.

2017 yılı Digital Planet için nasıl geçti?

2016’da yüzde 25, 2017’de yaklaşık yüzde 30 büyüdük. 2017’deki bu oranı 2018’de de

yakalayacağız. Türkiye e-dönüşüm pazarında yüzde 20 pazar payına sahibiz. Sistemlerimizden geçen fatura adetleri açısından da sektörde lideriz.

Müşterileriniz arasında KOBİ'lerin ağırlığı nedir? KOBİ'lere özel ürünleriniz var mı?

Telekom, finans, bilişim, enerji dağıtım, e-ticaret ve tekstil olmak üzere çeşitli sektörlerin lider şirketleriyle çalışıyoruz. Özel entegratör kimliğimizle tüm sektörlerden, ayda 20'den 20 milyona kadar değişen sayıda fatura üreten 8 binin üzerinde şirkete ve kuruma hizmet veriyoruz. 8 bini aşan müşteri profilimizin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturuyor. E-dönüşüm çerçevesinde sunduğumuz tüm hizmetler KOBİ'lerin faydalanabilecekleri, rekabette güç kazanabilecekleri hizmetler. Bunlardan 'bireysel e-fatura' olarak tanımladığımız 'e-Arşiv', direkt KOBİ'lere özel bir hizmet.

KOBİ'lerde e-dönüşüm farkındalığı ne durumda?

Türkiye'deki aktif 3 milyon 400 bin KOBİ'den çok azı e-dönüşüme geçti. Ciroya bağlı olarak zorunlu geçiş gerekeceği sürece özellikle KOBİ'ler fatura süreçlerinde geleneksel yöntemlerle ilerlemeye devam etme eğiliminde.

e-dönüşüm, KOBİ'lere ve şirketlere ne gibi avantajlar sağlıyor?

e-Fatura, e-Arşiv ve e-Defter gibi e-dönüşüm uygulamalarımız, günlük faturalaşma ve muhasebe süreçlerinin fiziksel ortamdaki elektronik ortama taşınmasını ve muhasebe işlemlerinin hızlanmasını sağlıyor. Şirketler dijital ortamda saklayabildikleri eski faturalarına rahatlıkla ulaşabiliyor. Kâğıt, mürekkep, basım, kargolama gibi süreçlerde de ciddi maliyet ve zaman tasarrufu var.

KOBİ'lere bu avantajları anlatmak için çalışmalarınız var mı?

Dijitalleşmenin sunduğu maliyet ve hız gibi avantajları KOBİ'lere doğru aktarmaya ve KOBİ'lerin hızla fatura süreçlerinde dijital dünyaya geçmelerini sağlamaya çalışıyoruz. E-faturaya entegrasyonu için özel kampanyalar yaptığımız KOBİ'lerin bu geçiş aşamasında ücret ödemeceği alt yapı desteğinin KOSGEB üzerinden temin edilebilmesi için çalışmalara da başladık. Bilinci artırmaya ve şirketleri doğru yönlendirmeye önem veriyoruz.



Digital Planet'in 2018 ajandası

1 MİLYAR FATURA: 2018'de sistemlerimizden geçen fatura sayısı 1 milyar sınırını aşacak. Bu işlem hacmiyle Avrupa'da bu alanda en büyük ilk üç şirketten biri olacağız. Sisteme yeni dâhil olan şirketlerin ve sürekli artan fatura hacimlerinin mevcut platformlarımızı olumsuz etkilememesi için alt yapı yatırımlarına çok önem veriyoruz. Big Data konusunda da çalışmalarımız olacak.

FINTECH YATIRIMLARI: 2018'de e-dönüşüm ürünlerimizin yanında kişiselleştirilmiş doküman yönetimi (CCM) çözümleri kapsamında da çalışmalar yapacağız. 'Fintech' alanındaki yatırımlarımızı hızlandıracaktır. Türkiye'nin en büyük ve kapsamlı fatura platformu olma özelliğimizi yeni ürünlerle destekleyeceğiz. Finansal çözümler platformumuz 'ParanTez', mobil ödeme platformumuz 'PayALL' ve birçok yeni ürünümüz, pazarı yönlendirici ve yönetici konumumuzu güçlendirecek.

'CUTU' İÇİN ENTEGRASYON: 2016 sonunda 6 milyon TL yatırımla Cutu'yu hayata geçirmiştik. Cutu, yazılım entegrasyonuna ve kurulumuna ihtiyaç duymadan dokümanları sıkıştırarak, saklayan ve kullanıcı açısından sıfır kayıt garantisi verdiğimiz, bağımsız bir platform. Cutu'yu geliştiriyoruz. 5-6 şirketle gerçek ortamda denemeler yaptık. Şu anda birçok kurum özellikle video sıkıştırma konusuyla ilgileniyor. 2018'de Cutu'yu ayrı ürünlerle de entegre edip bütünlük çözümler sunma konusunda çalışmalarımız olacak.

Anadolu'da sube açarak büyüyecek

Uzun yıllar profesyonel olarak finans sektöründe çalıştıktan sonra yurtdışı eğitim danışmanlık hizmeti veren Dinamo'yu kuran Fatih Kuran, 2018'de 500 öğrenciyi yurtdışına göndermeyi hedefliyor. Anadolu'dan gelen talep üzerine büyümeye karar veren Kuran, Ankara, Kayseri, Konya, Bursa ve Trabzon'da temsilcilikler açmayı planlıyor.

Küreselleşmeyle birlikte yurtdışında eğitim alan öğrenci sayısı da her geçen gün artıyor. Dünya genelinde yurtdışı eğitime harcanan bütçelerin yükselmesiyle yurtdışı eğitim büyük bir sektör haline geldi. Dünya genelinde yurtdışı eğitime yaklaşık 100 milyar dolar harcandığı tahmin ediliyor. Türkiye'de ise bu rakam 1.5 milyar doları geçiyor. Küreselleşme, ulaşım imkanlarının artması, teknolojik gelişmeler, sosyal medya gibi pek çok etken yurtdışı eğitimin hızla yaygınlaşmasını sağlarken bu alana yönelik yeni iş fırsatları ortaya çıkıyor. Potansiyeli fark eden girişimciler yurtdışına yönelik danışmanlık hizmetleriyle pazarda rekabet ediyor.

Bunlardan biri de Dinamo Eğitim ve Danışmanlık. Şirketin kurucusu Fatih Kuran uzun yıllar finans sektöründe çalışan bir profesyonel... Kariyerine 1991 yılında Yapı Kredi Bankası'nda kredi pazarlama bölümünde başlayan Kuran, Garanti Leasing'de bölgelerden sorumlu grup yöneticiliği, Heidelberg Ofset Baskı Makineleri'nde satış müdürlüğü, İktisat Leasing'de kredi pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcılığı, Meksa Leasing'de genel müdürlük yaptı.

Kuran, 1998 yılından beri yurtiçi ve yurtdışında bankalar, leasing şirketleri, birlik ve dernekler ile çeşitli sanayi kuruluşlarına proje ve yatırım finansmanı, leasing, finans uygulamaları ve yönetimi, finans matematiği ve finansal modelleme eğitimleri veriyor.

Profesyonellikten yöneticiliğe

İş hayatına başladığı yıllardan beri kendi işini kurmayı planlayan Kuran, yaklaşık iki yıl önce hayalini hayata geçirerek eşi Evrim Kuran'la birlikte Dinamo Eğitim ve Da-

nışmanlık'ı kuruyor. Türkiye'de yurtdışı eğitim konusunda ciddi bir potansiyel olduğunu söyleyen Fatih Kuran, "Ancak pek çok kişi yurtdışı eğitime giderken nereye başvurması ve ne yapması gerektiği konusunda sıkıntı yaşıyor. Konusunda uzman ve güvenilir bilgiye ihtiyaç olduğunu gördük ve bu şirketi kurmaya karar verdik" diyor.

500 öğrenci gönderecek

DinamoEdu, Kanada, ABD, İngiltere, Avustralya ve Yeni Zelanda başta olmak üzere dünyada İngilizce konuşulan tüm ülkelerde dil öğrenme programları, lise eğitimi, kolej eğitimi ve üniversite programları konusunda danışmanlık veriyor. Kanada'da ve Türkiye'de ofisleri bulunan DinamoEdu özellikle Kanada'da eğitim danışmanlığı konusunda uzmanlaşmış durumda. Kanada'da bu konuda hizmet vermek için gerekli olan Kanada Eğitim Acenteleri Sertifikasyonu'nu (CCEA) aldıklarını söyleyen Kuran, çalışmalarını bu doğrultuda yaptıklarını belirtiyor.

2017'de alt yapı çalışmalarını tamamlayan şirket, 2018'de 500 öğrenciyi Kanada başta olmak üzere yurtdışına göndermeyi hedefliyor. Kuran, Kanada'nın yanı sıra İngilizce konuşulan Amerika, İngiltere, Yeni Zelanda gibi ülkelerde pek çok dil okulu, lise, üniversite gibi kurumlarla anlaşmaları olduğunu söylüyor.

Son dönemde yurtdışı eğitim konusunda Anadolu şehirlerinden de ciddi bir talep olduğunu gören şirket, 2018'de Anadolu'da temsilcilikler açmayı hedefliyor. Adana ve An-

Danışmanlık alırken nelere dikkat edilmeli?

- Yurtdışında yaşama tecrübeniz olsa da doğru ülke ve eğitim programı için danışmanlardan fikir alın.
- Eğitim danışmanlığı hizmetlerinde hizmeti alacağınız kurumun başvuru, kayıt, vize işlemleri, konaklama imkanları gibi sürecin tamamında size destek olmasına dikkat edin.
- Okul kayıt ücretleri haricinde ekstra talepte bulunuluyorsa bu ücretin sebebini konusunda bilgi alın.
- Çalıştığınız şirketin uluslararası sertifikaları olmasına dikkat edin.

tep'te birer temsilcilik açan Dinamo, Ankara, Kayseri, Konya, Bursa ve Trabzon'da temsilcilikler açmayı planlıyor. Temsilcilikleri iş ortaklığı modeliyle açtıklarını söyleyen Kuran, "Temsilcilerimizi seçerken çok özen gösteriyoruz. İş ortaklığı olarak adlandırdığımız bir modelimiz var. Koşullarımız şehre göre değişiklik gösteriyor. Kriterlerimiz arasında beş sene eğitim konusunda deneyim sahibi olması var" diyor.

Girişimcilere özel paket var

Dinamo, yurtdışına gönderdiği öğrencilerden bir ücret almıyor. Onun yerine anlaşmalı olduğu eğitim kurumlarıyla anlaşmalar yapıyor. Son dönemde Türkiye'de de çok popüler olan Kanada'nın eğitim için tercih edilmesinin arkasında pek çok sebep var. Zira Kanada eğitim konusunda dünyanın en iyi ülkelerinden biri. Kanada hükümeti eğitim maliyetleri kontrol altında tutuyor. Kanada'da eğitim üniversite seviyesinde bir eğitim yıllık ortalama 10 bin dolarla 30 bin dolar arasında değişiyor. Aylık yaşam maliyeti ise bin 500 dolar civarında. Lise eğitimimin maliyeti ise 9-13 bin dolar arasında değişiyor.

Yurtdışı eğitim danışmanlığının çok hassas bir konu olduğuna dikkat çeken Kuran, "Dil okulundan lise, kolej ve üniversite seçimine kadar uzanan geniş bir yelpazede danışmanlık hizmeti veriyoruz. Okul seçiminden konaklama imkanlarına kadar her konuda öğrenciye destek oluyoruz. Öğrencilerin eğitimleri için doğru kararı vermeleri, seçecekleri eğitimden mutlu olmaları bizim için çok önemli" diyor.

Kanada örneği

Dinamo'nun hizmetleri eğitimle sınırlı değil. Son dönemde Kanada girişimciler için de önemli fırsatlar sunuyor. Kanada'da şirket kurarken edindikleri deneyimler doğrultusunda bu ülkede iş yapmak isteyenlere yönelik hizmetler vereceklerini söyleyen Kuran, "Bir ülkede yatırım yapmak için finansal olarak yeterli olmak yetmiyor. Hukuk, emlak gibi pek çok konuda profesörler var. Tüm bunları bir araya getiren paket çözümler sunuyoruz. Hali hazırda görüştüğümüz girişimciler var" diyor.

FATİH KURAN



Farklı hizmetleri de var Dinamo yurtdışı eğitim danışmanlığının yanı sıra jenerasyon çalışmaları, işveren markası, tersine mentorluk, proje finansmanı, leasing ve iş geliştirme alanlarında hizmetler veriyor. Evrim Kuran, son dönemde pek çok şirketin ajandasında ilk sıralarda yer alan işveren markası olma konusunda Türkiye'deki uzman isimlerden biri. Kuran, şirketlerin Türkiye nüfusunun yüzde 35'ini oluşturan Y kuşağı çalışanlarla etkin ve kalıcı ilişkiler geliştirmeleri ve doğru yetenekleri çekmeleri için neler yapmaları gerektiği konusunda danışmanlık veriyor.



Cem Ener
Direktör-BÜMED
Business Angels / BUBA



YENİ EKONOMİ 2.0

HER ÜRÜNÜN YERLİSİ VE MİLLİSİ OLUR MU?

Ülkemiz için stratejik önem arz eden ürünlerde yurtdışındaki tedarikçilere bağımlı olmamız elbette arzu edilen bir durum değil. Ülkeler arasında yaşanan en ufak bir siyasi gerilim söz konusu ürünlerin tedarik süreçlerini olumsuz etkilemekte. Bu durumun önüne geçebilmek için son 15 yıl içinde başta savunma sanayimiz olmak üzere birçok alanda yerleşme adımları atıldığını görmekteyiz. Peki, her ürünün yerlisi ve millisi olur mu? Cevabı birlikte arayalım:

1 Stratejik ürünleri konuşmadan önce, temel ihtiyaçlarda ne kadar yerliyiz?

Güney Amerika'dan ve Balkanlar'dan kırmızı et, Mısır'dan domates ketçabı, Güney Asya'dan hazır konfeksiyon ürünleri ithal eden bir Türkiye portresi var. Bunu küreselleşmenin sonucu olarak görmek ve kabullenmek mümkün. Ama aynı zamanda



yerleşme adımları atıyorsak, temel ihtiyaçlara yönelik ürünlerde bile neden yurtdışındaki kaynaklara yöneldiğimizi baştan iyi analiz etmeliyiz.

2 Yerli ürünlerin yaratabileceği "alternatif maliyetler" göz ardı edilmemeli.

Her ürünün yerlisini üreteceğiz diye dev sanayi tesislerimizi, doğal kaynaklarımızı, finansal kaynaklarımızı ve insan sermayemizi düşük katma değerli ürünlerin üretimine kanalize edersek kendimize ciddi bir alternatif maliyet yaratmış oluruz. Bir örnek verecek olursak, Balkanlar'dan A4 kağıt ve ahşap sehpa ithal edilmesi doğru bir strateji midir? Bence doğru bir stratejidir, çünkü her ikisi de düşük katma değerli, standartlaşmış, komodite ürünlerdir. Ek olarak, yerli üretimi teşvik edildiği takdirde,

Türkiye'nin ağaç stokuna olumsuz etki yapacak olan bu ürünlerin üretiminden elde edeceğimiz fayda, sebep olacağı doğal kaynak israfı karşısında çok zayıf kalacaktır.

3 Yerli başlayan bir ürünün hep yerli kalmasını beklemek gerçekçi değil.

Yerli üründe başarı sağlandığı takdirde ölçekleme yapıp maliyet optimizasyonuna gidecek olan işletme uzun vadede üretim girdilerinin tedarikinde yabancı pazarları tekrar yoklayacaktır. Yerlilik oranı yüzde 100 olarak başlayan bir ürünün, birkaç yıl sonra yüzde 50'den az oranda yerli olması son derece muhtemeldir.

4 Buluş yaratma performansımız düşük. Birçok patent ve faydalı model yabancıların elinde.

Buluş yaratma performansımız yükselinceye kadar önümüzdeki



10-20 yıl “yerli ürün” odaklı değil “yerli üretim” odaklı stratejilere eğilmek daha gerçekçi görünüyor. Yerli üretimi de yerli ürüne giden yolda birinci aşama olarak görmeliyiz. Şu anda birçok ürün teknik olarak Türkiye’de üretilebilecek durumdayken faktör maliyetlerinin elverişsizliği nedeniyle yabancı pazarlardan ithal ediliyor. Bu nedenle önce faktör maliyetlerinde rekabetçi olmaya çalışmalı ve yerli üretimi yeniden canlandırmalıyız. Teknolojisi bize ait olan yerli ürün bir sonraki aşama...

5 Her sektörde “yeterli çoğunluk” sağlamak kolay değil.

İngilizce’de “critical mass” olarak geçen yeterli çoğunluk kavramı bir işletmenin hayatta kalması için gereken asgari büyüklüğü ifade eder. Örneğin, yerli otomobil projesinde yeterli çoğunluğun yıllık 200 bin araç olması gerektiği hesaplanmıştır.



Bunun altında bir üretim yapılması halinde projenin ekonomik olarak anlamlı olmayacağı düşünülmektedir. Fazla üretim beraberinde fazla satış baskısını da getirmektedir. Neticede otomobil üretimi stoklamak için değil, satmak için yapılacaktır. Dolayısıyla, yerli otomobili üretecek olan



firmanın hayatta kalması hem üretimde hem de satışta yeterli çoğunluğun sağlanmasıyla mümkün olacaktır. Yeterli çoğunluk sağlamak zorlanacağımız sektörlerde millileşme adımları aceleyle getirilmemelidir.

6 Tüketici tercihlerinin kolayca değişebileceğini düşünerek yerli çözümler üretilmez.

Tüketiciler, iletişim teknolojileri gibi alanlarda artık sadece

küresel çözümleri tercih ediyor. Facebook Messenger ve Whatsapp 1 milyardan fazla kişinin cep telefonunda yüklü olan küresel haberleşme uygulamalarıdır. Diğer yandan Türkiye’de geliştirilen BiP ve PttMessenger gibi uygulamalar küresel yayılma stratejileri bulunmayan, Türk kullanıcıları

hedefleyen uygulamalardır. Her iki projeyi de destekliyorum fakat projelerin sürdürülebilirlikleri konusunda şüphelerim bulunuyor. İletişimde sınırların kalktığı bir dünyada tüketicilerin yerel iletişim çözümlerine rağbet göstereceklerini sanmıyorum.

7 Yandex ve Baidu örnekleri zamanlamanın ne kadar önemli olduğunu gösteriyor.

Rusya’nın Yandex ile, Çin’in Baidu ile uyguladığı dijital dünyada yerleşme stratejisi doğru zamanda yola çıktıkları (ve bir miktar yasakçı/dayatmacı politikalar uyguladıkları) için başarılı oldu. Henüz Batı ülkelerinin başta Google olmak üzere dijital servisleri bu pazarlarda pay elde edememişken Yandex ve Baidu gibi yerli şirketler ortaya çıktı ve dijital dünyanın yerli kalmasında etkili oldu. Yandex ve Baidu eğer yakın tarihlerde kurulmuş olsalardı bugün başarı şansları çok düşük olacaktı.

8 Nihai hedef “yerli ve küresel ürün” olmalıdır.

Google, Microsoft ve Boeing gibi şirketlerin ürünleri Amerika Birleşik Devletleri için hem yerli hem küresel nitelikte ürünlerdir. Google ve Microsoft’un dijital ürünleri tek tıklarla 200 ülkeye ihraç edilebilir durumdadır. Boeing’in uçaklarına tüm dünyadan hava yolları talep göstermektedir. Airbus ve Renault Fransa için, Mercedes-Benz ve Siemens Almanya için, Omega ve Lindt İsviçre için hem yerli hem küresel nitelikte ürünler üretmektedir. Türkiye’nin küresel ürünü nedir diye soracak olursak şu anda cevap vermekte zorlanacağımız kesin. Yerli üretim - yerli ürün - küresel ürün zincirinin politika yapıcılarımız tarafından özümsemesi ekonomimizin geleceği için çok önemlidir.



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

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



ŞİRKETLERDE SUİSTİMAL- YOLSUZLUK ALGI ENDEKSİ RAPORU VE ÇALIŞAN SUİSTİMALLERİ RAPORU

Şubat ayı sonunda, Uluslararası Şeffaflık Organizasyonu'nun (Transparency International) 2017 yılı Yolsuzluk Algı Endeksi raporu yayınlandı. Bunun yanı sıra ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) 2016 Küresel Çalışan Suistimalleri Raporu da mevcuttur. Bu ay ki yazımda bu raporlar üzerinde, ekonomiler ve şirketler için farkındalık yaratmaya çalışacağım.

Uluslararası Şeffaflık Derneği (Transparency International) Kimdir?

Bu organizasyon dünyanın her yerinde; hükümetlerle, şirketlerle, çalışanlarla, sivil toplumla birlikte yolsuzluğun olmadığı bir dünya amacıyla 1993 yılından itibaren çaba sarf eden bir kuruluştur.

Türkiye'de yolsuzlukla mücadele, suistimalin önlenmesi, etik konularında

çalışan bazı kuruluşlar

■ Uluslararası Şeffaflık Derneği (www.seffaflik.org)

■ Etik ve İtibar Derneği (www.teid.org)

■ Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği (www.usiud.org).

Yolsuzluk Algı Endeksi Raporu Nedir?

Bu rapor her yıl Uluslararası Şeffaflık Derneğinin (Transparency International) tarafından yayınlanmakta. Bu raporda dünyada ülke ve bölge bazında yolsuzluk algısının ölçülmesi hedeflenmektedir. Raporda ülkeler ve bölgeler 100 puan üzerinden değerlendirilmekte; 0 puan çok yüksek derecede yolsuzluk algısı olan, 100 puan ise yolsuzluk algısının olmadığı çok temiz anlamına gelmektedir. 2017 yılı için yolsuz-

luk algı endeksinin dünya ortalaması 43 puandır. G 20 ülkelerinin ortalama puanı ise 54'dür. Bu puanların bölgelere göre dağılımı ise şu şekildedir:

■ Amerika Bölgesi ortalaması 44 puan. (en yüksek Kanada 82 puan, en düşük Venezuela 18 puan)

■ Avrupa Birliği ve Batı Avrupa ortalaması 66 puan. (en yüksek Danimarka 88, en düşük Bulgaristan 43,)

■ Doğu Avrupa ve Orta Asya ortalaması 34 puan. (en yüksek Gürcistan 56, en düşük Türkmenistan 19, Türkiye 41 puan ile 180 ülke arasında 81.sırada yer almaktadır.)

■ Orta Doğu ve Kuzey Afrika ortalaması 38 puan. (en yüksek BAE 71, en düşük Suriye 14)

■ Sahra Altı Afrika ortalaması 32 puan. (en yüksek Botswana 61 puan, So-

Yolsuzluk algı endeksinde ilk sıralarda yer alan bazı ülkeler (Yolsuzluk algı düzeyi yüksek ülkeler)

2017	Ülke adı	2017	2016	2015	2014	2013	2012	Bölge
1	Yeni Zelanda	89	90	91	91	91	90	Asya Pasifik
2	Danimarka	88	90	91	92	91	90	Avrupa ve Asya
3	Finlandiya	85	89	90	89	89	90	Avrupa ve Asya
3	Norveç	85	85	88	86	86	85	Avrupa ve Asya
3	İsviçre	85	86	86	86	85	86	Avrupa ve Asya
6	Singapur	84	84	85	84	86	87	Asya Pasifik
6	İsveç	84	88	89	87	89	88	Avrupa ve Asya
8	Kanada	82	82	83	81	81	84	Amerika
8	Lüksemburg	82	81	85	82	80	80	Avrupa ve Asya

mali 9 puan)

■ Asya-Pasifik ortalaması 44 puan.
(en yüksek Yeni Zelanda 89, en düşük
Afganistan 15).

ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) 2016 Küresel Çalışan Suistimalleri Raporu

Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği tarafından hazırlanan 2016 raporunda çalışanların içinde bulunduğu suistimal tipleri ile ilgili çarpıcı bilgiler bulunmaktadır.

Suistimaller üç sınıfa ayrılmaktadır:

- 1- Yolsuzluk
- 2- Varlıkların Kötüye Kullanılması
- 3- Finansal Tablo Hileleri

Bu rapora göre:

- 2016 yılında dünyada toplam suistimal zararı 6.3 milyar USD.
- Vaka başına suistimal zararı 150 bin dolar.
- Vaka sayısına bakıldığında en fazla ortaya çıkan suistimal tipi Varlıkların Kötüye Kullanılmasıdır. Nakit, ödeme, harcama, stok suistimalleri vb.
- İkinci sırada ise yolsuzluk gelmektedir. Satın alma, rüşvet, ekonomik zorlama, ihale ve diğer alım suistimalleri vb.
- Üçüncü sırada ise finansal tablo hileleri gelmektedir. Fiktif gelir/gider tahakkukları, kazanç yönetimi vb.
- Susitimaller, her şirket için ortalama olarak cirosunun yüzde 5 i kadar zarara yol açmaktadır.

ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) 2016 Küresel Çalışan Suistimalleri Raporuna göre sustimaller nasıl ortaya çıkarılmaktadır?

- İhbar (Yüzde 39,1)
- İç Denetim (Yüzde 16,5)
- Yönetim Takibi ve Gözlemi (Yüzde 13,4)
- Tesadüfen (Yüzde 5,6)
- Muhasebe Mutabakatları (Yüzde 5,5)

İhbar konusunda ayrıca durmak gerekmektedir. Suistimallerin önlenmesinde yüzde 39,1 oranında etkili olan ihbarda, ihbarı gerçekleştirenlerin yüzde 51,5'u şirket çalışanlarıdır. Bu durumda şirketlerde etkin ihbar hatlarının önemini vurgulamaktadır. Müşteri ve tedarikçilerden gelen ihbar sayısı da vakalar bazında önemli oranlardadır (Yüzde 17,8 ve yüzde 9,9).

Suistimal Vakalarının Bazı Sektörlere Dağılımı ise şu şekildedir:

- Banka ve Finansal Hizmetler (Yüz-



de 16,8)

- Kamu Kuruluşları (Yüzde 10,5)
- Üretim (Yüzde 8,8)
- Sağlık (Yüzde 6,6)
- Eğitim (Yüzde 6)
- Perakende (% 4,8)
- İnşaat (Yüzde 3,9)
- Sigorta (Yüzde 3,9)
- Teknoloji (Yüzde 3,4)
- Petrol (Yüzde 3,4)
- Hizmet (diğer) (Yüzde 3,2)
- Taşıma ve Depolama (Yüzde 3,1)
- Telekomünikasyon (Yüzde 2,8)

Yukarıda açıklamaya çalıştığım rapor sonuçları hem ekonomiler hem de şirketler için önemlidir. Bu nedenle de Suistimal ve Yolsuzluk konusunda hem toplum olarak hem de şirketler bazında farkındalığı daha fazla artırmak ve ülkemizde bu konudaki çalışmalara ağırlık vermek gerekmektedir. Böylece ülke ekonomimizin ve şirketlerimizin suistimal ve yolsuzlukla mücadele etmelerine olanak sağlamış olabiliriz. Güçlü ekonomi ve güçlü şirketler yaratarak sürdürülebilirliği sağlayabiliriz.

MAL TALEP

Yurtdışından 21 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne şubat ayı içerisinde birçok farklı ülkeden işbirliği çağrısı geldi. Yurtdışından gelen 21 işbirliği teklifini sizler için derledik.

1 NEPAL

Firma Adı: KAMAL ENTERPRISES
Adres: POST BOX NO: 85, 108 MAIN ROAD
NORTH BIRATNAGAR NEPAL
Yetkili Kişi: P.K. TODI
Tel: +977.21.526913 / 530137;
Cep Tel: +977.984.2098994;
e-mail: vishnutodi@wlink.com.np
Firmanın, Türkiye'den kimyon tohumu ithal etmek istediği bildiriliyor.

2 RUSYA

Firma Adı: REVIVAL LLC
Adres: Lenin Prospect 2, Block I, off. 211,
Chelyabinsk city, Russia
Tel: 7.351.217-31-70 ext.1;
e-mail: fertilizer.revival@gmail.com
PSV-74 adı verilen ve bitkilerin büyümesi ve gelişimi için gerekli tüm maddeleri içeren oldukça etkili bir konsantré organik gübre [azot (yüzde 4-5), fosfor (yüzde 4-5), potasyum (yüzde 4-5), karbon, organik maddeler (yüzde 70'in üzerinde), pH-6.5-7.5.] üreten firmanın, ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildiriliyor. Söz konusu teklif TOBB'a, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletildi.



3 BREZİLYA

Firma Adı: Brazilian Coffee Store
Yetkili Kişi: Faruk Çelik / Sales Manager
Tel: +55.11.998768202;
e-mail: info@braziliancoffeestore.com;
web: www.braziliancoffeestore.com
Brezilya'da yaşayan ve kahve ticaretiyle uğraşan yurttaşımız Faruk Çelik, Brezilya'dan yeşil kavrulmamış kahve, kavrulmuş kahve çekirdekleri, espresso makineleri için tek içimlik kapsül kahve, ikisi bir arada ve üçü bir arada kahve türleri ve öğütülmüş kahve ithal etmek isteyen Türk firmalarıyla iletişime geçmek istediğini bildiriyor.

4 İSRAİL

Firma Adı: Leiman Schlüssel Ltd.
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren, International Relations Division, FICC
Tel: +972.3.5631020;
e-mail: yonatk@chamber.org.il
Çikolata, sakız, şekerlemeler, gofretler,

pastalar ve diğer gıda maddelerini üreten, ithal eden ve dağıtan, 1919 yılında Berlin'de başlayan uzun bir geçmişe sahip olan, 21'inci yüzyılın başında İsrail'in merkezinde Yavne'de bulunan 20 bin metrekarelik yeni bir lojistik tesise taşınan, 530 işçi çalıştıran Leiman Schlüssel Ltd. adlı aile şirketinin şekerlemeler, zeytinyağı ve makarna ithal etmek istediği bildiriliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

5 FİRMA ADI: GILS COFFEE Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,
International Relations Division, FICC
Tel: +972.3.5631020;
e-mail: yonatk@chamber.org.il
Lavazza kahve ve espresso makineleri için İtalya'dan kahve ithal etmeye başlayan, bugünlerde 48 işçi çalıştıran, 38 gıda ve meşrubat şirketinin temsilciliğini yapan,

O.R.C.A. kurumsal ve perakende piyasasındaki müşterilerine, pazarlama zincirlerine, meze ürünüleri dağıtmak amacıyla lojistik bir sistem çalıştıran GILS COFFEE şirketinin, gıda ürünleri, meşrubat ve dondurulmuş sebzeler ithal etmek istediği bildiriliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

6 **Firma Adı:** Hanuka R.D Ltd.
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,

International Relations Division, FICC
Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il
1996 yılında gıda ürünleri için bir ithalat ve pazarlama şirketi olarak kurulmuş olan, yıllar boyunca meze dükkânları ve lokantalar açan, bugünlerde İtalya, İspanya ve Hollanda'dan gelen peynirleri ve kaliteli ürünleri doğrudan lokantalara, otellere ve meze dükkânlarına dağıtan Hanuka R.D Ltd. şirketinin peynir, süpermarket özel ürünleri ve zeytin ithal etmek istediği bildiriliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

7 **Firma Adı:** Ice Ieko Ltd.
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,
International Relations Division, FICC
Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il
Dondurulmuş hem koşer hem de koşer olmayan gıda ürünleri bulunduran ve uygun fiyatlarla sunan, fiyat-kalite dondurulmuş gıda ürünleri piyasasında yüksek standartlardaki ürünleri ithal eden ve kaliteli dondurulmuş gıda ürünleri getiren ICE LEKO LTD'nin dondurulmuş gıda ürünleri ve dondurma ithal etmek istediği bildiriliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacaktır.

8 **Firma Adı:** Israco International Food Brands Marketing Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren, International Relations Division, FICC
Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il
Koşer olmayan en büyük taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kuru gıda ürünleri ile şarap ve alkollü içkiler ithalatçısı, dağıtıcısı ve pazarlamacısı olan Israco International Food Brands Marketing Ltd. Şirketinin; baklagiller, hububat, baharatlar, katı ve sıvı yağlar, süt ve sütü ürünler, unlu ürünler, deniz ürünleri, konsantre meşrubat ve meyve suları, dondurulmuş gıda ürünleri, kuru gıda ürünleri, konserve ürünler vb. gıda maddeleri ithal etmek istediği bildiriliyor. Şirketin; Cirio/Pietro, Corricelli, Garafolo Pasta, Barone Ricasoli, Maison Castel, Codorniu, Ammerlander, Flechard gibi çeşitli

kategorielerde çeşitli global markaların tek temsilcisi olduğu, perakende ve gıda hizmeti olmak üzere başlıca iki kanalda faaliyet gösterdiği, 38 dağıtım kamyonlu filooya sahip olduğu, İsrail'de 3 lojistik merkezde faaliyette bulunduğu belirtiliyor. Şirketin, İsrail'de koşer olmayan gıda piyasasında en büyük perakendeci olan Tiv Taam grubunun bir yan şirketi olduğu, Tiv Taam'ın da perakende faaliyetinin 38 süpermarketli yüksek kaliteli bir perakende zincirinden oluştuğu belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

9 **Firma Adı:** Junior Sweets
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,
International Relations Division, FICC

Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il
2014 yılında kurulmuş olan, yüksek kaliteli çikolata, şekerler, gofretler, unlu ürünler ve çeşitli gıda ürünleri ithal eden, pazarlayan ve dağıtan Junior Sweets Ltd şirketinin maden suyu, şeker, gofretler, şekerleme kutusu ve çikolata ithal etmek istediği bildiriliyor. Şirketin; PERNIGOTTI, NATRA, IBERCACAO, WEDEL, BOGUTTI vb. farklılaştırılmış pazarlama felsefesinin yol gösterdiği uluslararası şirketler için ithalatçı ve tek dağıtıcı olarak faaliyet gösterdiği ifade ediliyor. Şirketin son zamanlarda İsrail'de büyük şirketler pazarlama zincirleri için özel bir marka üretmeye başladığı belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

10 **Firma Adı:** L.I.V. (Live More in Nature) Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren, International Relations Division, FICC

Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il
1987 yılında kurulmuş olup, İsrail'de organik gıda piyasasında önde gelen bir şirketi olan ve esas olarak dört kategoride - organik, sağlıklı, vegan ve glutensiz - çok çeşitli gıda ürünleri ithal eden ve dağıtan Live Organic Şirketinin;



MAL TALEP

vegan, organik, sağlıklı doğal ürünler kategorilerinde yer alan ürün çeşitlerini arttırmayı amaçladığı bildiriliyor. Şirketin, -18°C, +4°C, +18°C ve ortam ısısı olmak üzere dört ayrı sıcaklık kademesinde çalışan modern ve tamamen bilgisayar donanımlı bir depoya sahip olduğu belirtiliyor. Şirketin tüm ürünlerinin kosher belgesiyle geldiği, rekabete dayalı olup yüksek kaliteli standartlara uygun olduğu vurgulanıyor. Ayrıca, Dr. Schar, Abafoods & Bute Island gibi Avrupa'da önde gelen birkaç şirketin İsrail'de tek temsilcisi olduğu ifade ediliyor.

11 **Firma Adı:** Maadaney Mania
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,

International Relations Division, FICC

Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il

1992 yılında kurulmuş, 600 işçi çalıştıran, İsrail genelinde 16 süpermarketin sahibi ve işleticisi olan, ayrıca iç kullanım ve ülkenin her tarafında bulunan süpermarketlere dağıtım için ithalat ve dağıtım bölümlerinin sahibi ve işleticisi olan, İsrail'de kosher olmayan piyasada en büyük şirketlerden biri sayılan Mania Grubu'nun; şekerlemeler, konserve gıda, konserve sebzeler, reçeller, meşrubat, meyve suları, bitkisel yağ ve dondurulmuş gıda maddeleri ithal etmek istediği bildiriliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu (FICC) üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

12 **Firma Adı:** MLM Candies Supply
Center Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren, International Relations Division, FICC

Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il

İsrail'de önde gelen şirketler için piyasayı geliştiren ve dağıtım yapan bir toptancı şirket olarak faaliyete başlayan, 2004 yılından beri yalnızca şekerleme ithalatı ve pazarlanması işiyle uğraşan MLM Candies Supply Center Ltd'nin şekerleme, çikolata, unlu ürünler ve bunlarla ilgili ambalaj gereçleri ithal etmek istediği bildiriliyor. Just Born (ABD), Oak Leaf (Kanada), Plasticsam (Çin) gibi şirketlerle birlikte çalıştığı ifade edilen şirketin



ürünlerinin İsrail genelinde tüm toptancılara ve ayrıca askeri kantinler ve süpermarketler için büyük dağıtıcılara satıldığı, Yavne şehrinde 2 depoya sahip olduğu ve son zamanlarda işle ilgili olarak artmakta olan ihtiyaçları sağlamak amacıyla daha büyük bir depoya geçtiği belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu üyelerinden olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

13 **Firma Adı:** Moga International
Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren,

International Relations Division, FICC

Tel: +972.3.5631020;

e-mail: yonatk@chamber.org.il

Üretimde tecrübeli olan, İsrail'de yüksek kaliteli çeşitli kurutulmuş sebzeler, otlar, baharatlar ve gıda katkı maddeleri konusunda önde gelen ithalatçılardan birisi olan Moga International şirketinin, kurutulmuş sebzeler ve gıda katkı maddeleri ithal etmek istediği bildiriliyor. Şirkette üstün kalite kontrolü uygulandığı, ISO 9001:2000 belgesine sahip olduğu ve İsrail'in en büyük üreticilerine tedarikçilik yaptığı, tüm lojistiklerin doğrudan yönetilmesini kolaylaştıran ileri derecede geliştirilmiş depolara, dağıtım araçlarına ve bürolara sahip olduğu belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları Federasyonu üyelerinden olan şirketle ilk

temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacak.

14 **MAKEDONYA**

Firma Adı: Jomi Food

Adres: Oliver Kitanovski 113, Basino Selo, Veles, Macedonia

Yetkili Kişi: Zoran Avramov / Gen. Manager

Cep Tel: +389.70.260-872;

e-mail: jomifood@yahoo.com;

web: www.jomifood.com.mk

ISO ve HASAP gibi uluslararası kalite standartlarında meyve ve sebzeleri işleyerek gıda maddeleri üreten firmanın, ürünlerini ihraç etmek ve Türk firmalarıyla işbirliği yapmak istediği bildiriliyor. TÜV Avusturya sertifikası sahibi olan ve başta ev yapımı paprika kreması (papperscream), reçel ve tatlı çeşitleri olmak üzere Türkiye'de de tüketilen ve tanınan geleneksel yiyecekler üreten firmanın, aynı veya benzer aktiviteyle uğraşan şirketlerle işbirliği yapma arzusunda oldukları belirtiliyor.

15 **BOSNA HERSEK**

Firma Adı: Eurostring doo

Adres: Tuzla, Bosnia and Herzegovina

Yetkili Kişi: Faruk Imamovic

Tel: +387.61.576096;

Cep Tel: +387.62.539526;

e-mail: eurostring.bh@gmail.com

Firmanın, 10 bin metre pamuk ham bez almak istediği bildiriliyor.

16 İRAN

Firma Adı: PERSOL Corporation
Adres: Hq.: Unit 39, No.5, Bidar St., Elahiyeh, Modarres Hwy., Tehran, 1964914168
Yetkili Kişi: Bita Younesi / Sales Expert
 Chemical & Mineral Division
Tel: +98.21.26208371;
Faks: +98.21.26208331;
e-mail: b.yunesi@persol.ir;
web: www.persol.ir

Petrokimya sektöründe (petrol ve madencilik alanında) kimyasal ve petrokimyasal maddeler tedarikiyle uğraştığı ve 20 yıllık tecrübeye sahip olduğu ifade edilen PERSOL Corporation adlı İran şirketinin; ürünleriyle Türkiye pazarına girme planı çerçevesinde Türkiye'deki fırsatları yatırıma dönüştürmek istediği bildiriliyor.

17 TÜRKMENİSTAN

Firma Adı: İHSANLI INTERNATIONAL TRADING
Yetkili Kişi: Ruslan Achilov (Rüstem) / Satış Sorumlusu
Tel: +90.212.8725353;
Cep Tel: +90.553.7607737;
e-mail: achilov.ru@gmail.com;
web: www.ihsanli.com

İstanbul'da faaliyet gösteren bir uluslararası ticaret şirketi olan İhsanlı Dış Tic. Ltd. Şti.'nin; ellerinde bulunan 300 bin ton Türkmenistan kökürdünü satmak istedikleri bildiriliyor. Söz konusu kökürdün yüzde 99,96 temizlikte olduğu, Türkmenistan'daki güncel fiyatının 38 USD/ton olduğu, ambalajının 1 tonluk big bag'lerde olduğu, FCA şartı ile Türkmenistan'dan yükleme yapılabileceği; anlaşma sonrası 10 gün içerisinde yükleme yapılabileceği ve ayrıca İran Bander Abbas'da hâlihazırda 30 bin ton kökürdülerinin bulunduğu belirtiliyor. Ruslan Bey ile +905340551530 numaralı telefondan da görüşülebilir.

18 KAZAKİSTAN

Firma Adı: ASIANA PRODUCTION
Adres: Kazakistan, Almaty şehri, Si Sinhay sok no 18-47
Yetkili Kişi: Bolatbek Yesmurzayev



Cep Tel: +7.701.788 65 55;
e-mail: bolatyes@gmail.com

TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Programı kapsamında her yıl düzenlenen etkinliklerden birisine Kazakistan'dan katılan iş adamı Bolatbek Yesmurzayev, TOBB'a başvurarak, kozmetik alanında faaliyete gösteren üretici bir firma olduklarını ve plastik ambalaj konusunda kendilerine satıcı olarak destekçi olabilecek partner firma arayışında olduklarını bildiriyor. İlgilenenlerin, asianapro@gmail.com adresinden de Bolatbek Yesmurzayev ile irtibat kurabilecekleri belirtiliyor.

19 ABD

Firma Adı: Anatolia Group Limited Partnership
Adres: 640 E. Michigan St. #B121 46202 Indianapolis, IN
Yetkili Kişi: Arif Uğur / Yönetici ortak
Tel: +1.317.556- 3777;
e-mail: info@anatoliadefense.com;
web: www.anatoliadefense.com

Indianapolis'de kurulu; mühendislik, geliştirme, üretim, onarım veya lojistik alanlarında ABD Federal ihalelerine katılan "Anatolia Group Limited Partnership" şirketinin, aldıkları ihalelerle ilgili ürün temini konusunda yoğun taleplerin olduğu belirtiliyor. Türk şirketlerinin; 1- İmalat İttifakı Programı (MAP), 2- Bayi Ortaklığı Programı (VPP), 3- ABD Satış ve Dağıtım Programı (SDP) ve 4- Federal Sözleşmeler Ortaklığı Programı (FCPP) şeklinde 4 ayrı ortaklık tipiyle ABD'deki

ihalelere kendileriyle birlikte katılabileceklerini bildiriliyor.

20 ALMANYA

Firma Adı: LANDHOTEL ZUM KÜHLEN GRUND & SULTAN DÜĞÜN SALONU
Adres: Bahnhofstr. 81, 64395 Brensbach/ Wersau, ,
Yetkili Kişi: Ahmet Cem Türker
Cep Tel: +49.151.56566303;
e-mail: info@kuehler-grund-odenwald.de;
web: www.kuehler-grund-odenwald.de

Hizmet sektöründeki 25 yıllık tecrübesiyle iş insanlarının misafir ve özel organizasyonlarını gerçekleştirdiği belirtilen firmanın; komple yenilenmiş konforlu otel ve düğün salonuyla konaklama, havaalanı transferi, özel fuar servisi, tercümanlık hizmetleri, nişan, nikâh, düğün, sünnet, konser, iş toplantıları, ürün fuar-sergisi, tanıtım, dernek toplantı yemekleri vb. ihtiyaçlara göre hizmetlerini sunmak istediği bildiriliyor.

21

Firma Adı: Fitnuss UG
Adres: In der Jeuch 2 - 77656 Offenburg
Yetkili Kişi: Üstüncan Coşar
Tel: +49.781.20555892;
Faks: +49.781.95609990;
e-mail: uestuencan.cosar@fitnuss.de;
web: www.fitnuss.de

Ceviz ve badem ihraç etmek isteyen firmanın, Türkiye'deki alıcılara temas kurmak istediği bildiriliyor.

YURTDIŞI FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
Hong Kong Wedding	02 Şubat 2018 - 04 Şubat 2018	Doğün modası, Bayramlık moda	HKAE HONG KONG
SFB Spring Fair Birmingham	04 Şubat 2018 - 08 Şubat 2018	Ev Eşyası, Hediyelik Eşya, Mücevherat	Birmingham İNGİLTERE
Prodego	05 Şubat 2018 - 09 Şubat 2018	Gıda ve İçecek ve Gıda Hammaddeleri	Moskova RUSYA
CEVISAMA 2018	05 Şubat 2018 - 09 Şubat 2018	Mimari Seramik, Banyo ve Mutfak	Valencia İTALYA
ISE Integrated Systems Europe	06 Şubat 2018 - 09 Şubat 2018	Bilgisayar ve Görüntüleme Tekn.	Amsterdam HOLLANDA
E-World Energy & Water	06 Şubat 2018 - 08 Şubat 2018	Yenilenebilir Enerji,Su Sistem ve Tekn.	Essen ALMANYA
Aqua-Therm Moscow	06 Şubat 2018 - 09 Şubat 2018	Klima, su, sıhhi tesisat, havuz	Moskova RUSYA
Surface Design Show	06 Şubat 2018 - 08 Şubat 2018	Halk ve Zemin Kaplama	Londra İNGİLTERE
Stockholm Furniture	06 Şubat 2018 - 10 Şubat 2018	Uluslararası Mobilya ve Aydınlatma	Stockholm İSVEÇ
Fruit Logistica	07 Şubat 2018 - 09 Şubat 2018	Berlin Sebze ve Meyve	Berlin ALMANYA
Ambiente	09 Şubat 2018 - 13 Şubat 2018	Mobilya, Dekorasyon, Aksesuar, Hediyelik	Frankfurt ALMANYA
Mipex	11 Şubat 2018 - 14 Şubat 2018	Uluslararası Kaliteli Deri ve Canta	Milano İTALYA
MICAM	11 Şubat 2018 - 14 Şubat 2018	Ayakabı	Milano İTALYA
TEXWORLD	11 Şubat 2018 - 14 Şubat 2018	Tekstil, kumaş ve ev tekstili	Paris FRANSA
PREMIERE VISION	13 Şubat 2018 - 15 Şubat 2018	Tekstil	Paris FRANSA
BIOFACH	14 Şubat 2018 - 17 Şubat 2018	Dünyanın En büyük Organik Fuarı	Nürnberg ALMANYA
SALON ZEN & BIO	16 Şubat 2018 - 18 Şubat 2018	Doğal ürünler, rahatlık ve organik gıda	Angers FRANSA
Inhorgenta Europe	16 Şubat 2018 - 19 Şubat 2018	Saatler, Mücevherat, Değerli Taşlar	Münih ALMANYA
Gulf Food 2018	18 Şubat 2018 - 22 Şubat 2018	Uluslararası Gıda ve Otel Ekipmanları	Dubai BAE
Moda Uk	18 Şubat 2018 - 20 Şubat 2018	Hazır giyim, Ayakkabı, Aksesuar	Birmingham İNGİLTERE
OPM MOSCOW	19 Şubat 2018 - 22 Şubat 2018	Doğu Avrupa'nın en büyük moda fuarı	Moskova RUSYA
Metav	20 Şubat 2018 - 24 Şubat 2018	Metal endüstrisi, otomasyon	Düsseldorf ALMANYA
Bautec	20 Şubat 2018 - 23 Şubat 2018	Yapı İnşaat Teknoloji	Berlin ALMANYA
Fur Fair	21 Şubat 2018 - 24 Şubat 2018	Kürk Fuarı	Hong Kong HONG KONG
MEDICAL JAPAN	21 Şubat 2018 - 23 Şubat 2018	Tri Fuarı ve Konferansı	Osaka JAPONYA
Targy Modj Fashion Fair	21 Şubat 2018 - 22 Şubat 2018	Moda	Poznan POLONYA
F.R.E.E	21 Şubat 2018 - 25 Şubat 2018	Uluslararası Seyahat, Karavan ve Yat	Münih ALMANYA
MIFUR	23 Şubat 2018 - 26 Şubat 2018	Kürk ve Deri Ürünleri	Milano İTALYA
EXPOCASA	24 Şubat 2018 - 04 Mart 2018	Uluslararası Ev, Mobilya ve Ev Deko.	Torino İTALYA
Optik / Mido	24 Şubat 2018 - 26 Şubat 2018	Uluslararası Optik ve Teknolojileri	Milano İTALYA
Professional Beauty	25 Şubat 2018 - 26 Şubat 2018	Kozmetik	Londra İNGİLTERE
Asia Pacific Sourcing	26 Şubat 2018 - 28 Şubat 2018	Ev ve Bahçe Ürünleri	Köln ALMANYA
China Fish 2018	26 Şubat 2018 - 28 Şubat 2018	Çin Balıkçılık Malzemeleri	Pekin ÇİN
DOTE	27 Şubat 2018 - 01 Mart 2018	Dubai İçecek Teknoloji	Dubai BAE
PAPERWORLD Middle East	27 Şubat 2018 - 01 Mart 2018	Ofis malzeme ve ekipmanları, kırtasiye	Dubai BAE
Eurocis Düsseldorf	27 Şubat 2018 - 01 Mart 2018	Avrupa Güvenlik ve Perakende	Düsseldorf ALMANYA
R + T	27 Şubat 2018 - 03 Mart 2018	Yapı, Pencere, Panjur, Jaluzi, Stör, Tente	Stuttgart ALMANYA
Jewellery Show	01 Mart 2018 - 05 Mart 2018	Uluslararası Mücevher Fuarı	Hong Kong HONG KONG
Premiere Classe	01 Mart 2018 - 04 Mart 2018	Moda Aksesuarları Fuarı	Paris FRANSA
GITF	01 Mart 2018 - 03 Mart 2018	Turizm	Guangzhou HONG KONG
ILM - Int. Leather Goods Fair	03 Mart 2018 - 05 Mart 2018	Uluslararası Deri Ürünleri	Offenburg ALMANYA
Dps Sign Expo China	03 Mart 2018 - 06 Mart 2018	Dijital Baskı ve Reklam	Guangzhou ÇİN
QIAACE	03 Mart 2018 - 06 Mart 2018	Tuning ve Araç Bakım Ürünleri	Guangzhou ÇİN
Cadeaux Leipzig	03 Mart 2018 - 05 Mart 2018	Oyuncak ve Hediyelik Eşya Fuarı	Leipzig ALMANYA
EISENWAREN MESSE KÖLN	04 Mart 2018 - 07 Mart 2018	Uluslararası Hırdavat ve Naburive Fuarı	Köln ALMANYA
Asia Mold 2018	04 Mart 2018 - 06 Mart 2018	Endüstriyel Kalıp Fuarı	Guangzhou ÇİN
KBB Birmingham	04 Mart 2018 - 07 Mart 2018	Mutfak ve Banyo Mobilyaları	Birmingham İNGİLTERE
SIOF	05 Mart 2018 - 07 Mart 2018	Optik Fuarı	Şangay ÇİN
THE BIG 5 SAUDI	05 Mart 2018 - 08 Mart 2018	Yapı İnşaat Fuarı	Cidda S. ARABİSTAN
Middle East Electricity	06 Mart 2018 - 08 Mart 2018	Ortadoğu Enerji Sanayi Fuarı	Dubai BAE
FOODEX JAPAN	06 Mart 2018 - 09 Mart 2018	Uluslararası İçecek ve Gıda Ürünleri	Tokyo JAPONYA
Xiamen Stone	06 Mart 2018 - 09 Mart 2018	Uluslararası Mermer ve Taş	Xiamen
Jec Europe	06 Mart 2018 - 08 Mart 2018	Kompozit hammaddeleri, ürün ve tekn.	Paris FRANSA
I.H.M.	07 Mart 2018 - 13 Mart 2018	Metal işleme ve makine Sanayii	Münih ALMANYA
Vita Expo 2018	07 Mart 2018 - 10 Mart 2018	Vietnam Uluslararası Mobilya ve Ev Aks.	Ho Chi Minh
CAC 2018	07 Mart 2018 - 09 Mart 2018	Çin Uluslararası Ziraat ve Bitki Koruma	Şangay ÇİN

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri
ITB Berlin	07 Mart 2018 - 11 Mart 2018	Turizm Fuarı	Berlin ALMANYA
IFFS / AFS 2018	08 Mart 2018 - 11 Mart 2018	Singapur Uluslararası Mobilya Fuarı	Singapur SİNGAPUR
MIF 2018	08 Mart 2018 - 11 Mart 2018	Malezya Uluslararası Mobilya	Kuala Lumpur. MALEZYA
TaSPÖ	08 Mart 2018 - 10 Mart 2018	Taipei Uluslararası Spor Malzemeleri	Taipei TAYVAN
IWA & Outdoor Classics	09 Mart 2018 - 12 Mart 2018	Uluslararası Av Ürünleri ve Av Silahları	Nürnberg ALMANYA
INTERWOGA	09 Mart 2018 - 13 Mart 2018	Fırın, Otomobil ekipmanı ve End. ekip.	Hamburg ALMANYA
Beauty International	09 Mart 2018 - 11 Mart 2018	Uluslararası Güzellik ve Kozmetik End.	Düsseldorf ALMANYA
Equitana Open air	09 Mart 2018 - 17 Mart 2018	At ve Binicilik Fuarı	Essen ALMANYA
Build + Decor	09 Mart 2018 - 12 Mart 2018	Yapı Dekorasyonu & Yapı Malzemeleri	Pekin ÇİN
Salon De L'immobilier Midi Pyrenes	09 Mart 2018 - 11 Mart 2018	Emlakçılık Fuarı	Toulouse FRANSA
Sino-Pack	10 Mart 2018 - 12 Mart 2018	Ambalajlama Makineleri ve Malzemeleri	Guangzhou ÇİN
ESTETIKA	10 Mart 2018 - 12 Mart 2018	Kozmetik ve Güzellik	Briksel FRANSA
Gallery Shoes Düsseldorf	11 Mart 2018 - 13 Mart 2018	Deri, Ayakkabı ve Kürk	Düsseldorf ALMANYA
Central Asia Fashion	11 Mart 2018 - 13 Mart 2018	Moda ve Tekstil	Almaty RUSYA
ICE Europe	12 Mart 2018 - 14 Mart 2018	Kajit, Matbaa ve Etiket	Münih ALMANYA
Dubai Wood Show	12 Mart 2018 - 14 Mart 2018	Ahşap ve Ahşap Sanayi	Dubai BAE
FILTECH 2018	13 Mart 2018 - 15 Mart 2018	Avrupa Pazarı Filtre ve Ayırma Tesisatları	Köln ALMANYA
MCE Mostra Convegno Expocomfort	13 Mart 2018 - 16 Mart 2018	İstima, Soğutma, Klima, Havalandırma	Milano İTALYA
Logimat	13 Mart 2018 - 15 Mart 2018	Mekanik Ambalajlama, paketeleme tekn.	Stuttgart ALMANYA
MITT Moscow	13 Mart 2018 - 15 Mart 2018	Turizm	Moskova RUSYA
MIPIM	13 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Yapı, İnşaat ve Emlak	Cannes FRANSA
Fashion Accessor	14 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Moda Aksesuarları	Hong Kong HONG KONG
Electronica China	14 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Elektronik Bileşenler ve Sistemler	Şangay ÇİN
GRTE 2018	14 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Kauçuk, Latak ve Lastik	Bangkok TAYLAND
Interfex Shanghai Apparel Fabrics Spring	14 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Hazır Giyim Tekstil Kurması ve Aksesuar	Şangay ÇİN
Interfex Shanghai Home Textiles	14 Mart 2018 - 16 Mart 2018	Çin Ev Tekstili ve Aksesuarları	Şangay ÇİN
Cosmopack	15 Mart 2018 - 18 Mart 2018	Ambalaj ve Paketleme	Bologna İTALYA
Cosmoprof	16 Mart 2018 - 19 Mart 2018	Parfümeri ve Kozmetik	Bologna İTALYA
World of Beauty & Spa Expo	16 Mart 2018 - 17 Mart 2018	Kozmetik, Kuaför ve Sağlıkli Yaşam	Prag ÇEK CUMH.
Salon de L'immobilier Rhone-Alpes	16 Mart 2018 - 18 Mart 2018	Emlak, Yapı ve İnşaat	Lyon FRANSA
Expo Horeca	17 Mart 2018 - 20 Mart 2018	Otel, Restaurant, Cafe Ekipmanları	St.Petersburg MOSKOVA
IDF - Int. Dragon Furniture Fair	17 Mart 2018 - 20 Mart 2018	Mobilya Fuarı	Foshan-Shun. ÇİN
Lighting Fair GULF	18 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Elektrik, Elektronik, Aydınlatma	Guzhen ÇİN
Light & Building	18 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Elektrik, Aydınlatma ve Teknoloji	Frankfurt ALMANYA
PROWEIN	18 Mart 2018 - 20 Mart 2018	Sarap Ticaret Fuarı	Düsseldorf ALMANYA
Outdoor & Leisure	18 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Çin Uluslararası Açık hava Hobi	Guangzhou ÇİN
Arablab	18 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Laboratuvar Teknolojisi	Dubai BAE
GIF - Home Furniture	18 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Mobile	Guangzhou ÇİN
HomeDecor & Housewares	18 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Ev Dekorasyonu ve Ev Gereçleri	Guangzhou ÇİN
Obov Mir Kozhi	20 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Uluslararası Ayakkabı, Deri Ürünleri	Moskova RUSYA
AMPER	20 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Elektrik, Elektronik ve Aydınlatma ürünleri	Prag ÇEK CUMH.
Anuga Food Tech	20 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Yiyecek Teknoloji	Köln ALMANYA
Food Hotel Hospitality	20 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Gıda, İçecek & Catering	Cidda s. ARABİSTAN
MDO EXPO	20 Mart 2018 - 21 Mart 2018	Özel Markalı Ürünler	Paris FRANSA
Domotex Shanghai	20 Mart 2018 - 22 Mart 2018	Yer döşeme ve Halk	Şangay ÇİN
EUROGASTRO	21 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Gastronomi Endüstri Fuarı	Varsava POLONYA
Automechanika Kuala Lumpur	21 Mart 2018 - 23 Mart 2018	Otomotiv ve Otomotiv Yan Sanayi	Kuala Lumpur. MALEZYA
fensterbau & frontale	21 Mart 2018 - 24 Mart 2018	Pencere ve Cephe	Nürnberg ALMANYA
BASELWORLD	22 Mart 2018 - 27 Mart 2018	Saat, Mücevher Takı	Basel İSVEÇRE
IIBT	22 Mart 2018 - 24 Mart 2018	Oto Yedek parça, Ticari Araç, otomotiv	Jakarta ENDONEZYA
China Med	23 Mart 2018 - 25 Mart 2018	Medikal Ekipmanları	Pekin ÇİN
Expofurniture Baturin 2018	23 Mart 2018 - 25 Mart 2018	Gürcüstan Mobilya	Sheraton Bat. GÜRCİSTAN
BALMESSE NRW	23 Mart 2018 - 25 Mart 2018	Yapı, Emlak	Dortmund ALMANYA
MODA made in Italy (Autumn)	25 Mart 2018 - 27 Mart 2018	Deri Ayakkabı	Münih ALMANYA
OWIME	26 Mart 2018 - 28 Mart 2018	Bobin Sarma, İzolasyon ve Elektrik Üret.	Şangay ÇİN
Beauty Professional	26 Mart 2018 - 29 Mart 2018	Kozmetik & Güzellik Ürünleri ve Ekip.	Kuala Lumpur. MALEZYA

Mart 2018

YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar	Tarihi	Konusu	Yeri	
UNICERA Seramik Banyo Mutfak Fuarı	27 Subat 2018	03 Mart 2018	Seramik , Banyo, Mutfak Ekipmanları	İstanbul
İstanbul Mermer Fuarı 2018	27 Subat 2018	03 Mart 2018	Mermer, Doğal Taş ve Teknolojileri	İstanbul
5.Aksaray Tarım Hayvancılık ve Tarım Tekn. Fuarı	28 Subat 2018	03 Mart 2018	Tarım, Hayvancılık, Tarım Makineleri, Süt Endüstrisi, Ambalaj ve Tohum	Aksaray
AgriTech Demre	28 Subat 2018	03 Mart 2018	Demre Tarım, Hayvancılık, Seraçılık ve Gıda ve Tarım Makineleri	Antalya
14 Ege Tarım Sera ve Hayvancılık Fuarı	28 Subat 2018	04 Mart 2018	Tarımsal Mekанизasyon, Tarım Teknolojileri, Seraçılık ve Hayvancılık	Denizli
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	01 Mart 2018	01 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	Ankara
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	01 Mart 2018	01 Mart 2018	Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları	İzmir
Educaturk Eğitim ve Karrier Fuarı	01 Mart 2018	02 Mart 2018	Eğitim ve Karrier	İstanbul
Uluslararası Fastener Fair Turkey	01 Mart 2018	03 Mart 2018	Bağlantı ve Sabitleme Elemanları, Teknolojileri	İstanbul
Cityscape Turkey	01 Mart 2018	03 Mart 2018	Gayrimenkul, Finansman, Yatırım, Proje Yönetimi ve Geliştirme	İstanbul
Şanlıurfa Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı	01 Mart 2018	04 Mart 2018	Tarım Ekipmanları, Tohumculuk, Hayvancılık	Şanlıurfa
Yapıda Ahşap ve Ahşap Ürünleri Fuarı	01 Mart 2018	04 Mart 2018	Yapıda Kullanılan Ahşap Malzemeler	İstanbul
2 İsparta Kitap Fuarı	02 Mart 2018	11 Mart 2018	Kitap, Dergi, Süreli Yayınlar	İsparta
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	03 Mart 2018	04 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Studyexpo Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları Fuarı	03 Mart 2018	04 Mart 2018	Yurtdışı Dil ve Yaz Okulları	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	05 Mart 2018	05 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Nükleer Santraller Ziyaresi ve Fuarı	06 Mart 2018	07 Mart 2018	Nükleer Sanayi, Nükleer Yeriştirme, Teknoloji Transferi	İstanbul
İsaf Exclusive Fuarı ve Konferansı	06 Mart 2018	08 Mart 2018	Güvenlik Sistemleri, Hizmetleri ve Ekipmanları	Ankara
Samsun 3.Mobilya Dekorasyon Fuarı 2018	06 Mart 2018	11 Mart 2018	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili ve Aksesuarlar	Samsun
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	07 Mart 2018	07 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İzmir
Premiere Vision İstanbul	07 Mart 2018	09 Mart 2018	Hazır Giyime Yönelik Kumaş, İplik ve Aksesuarlar	İstanbul
Avrasya Pencere 2018 19.Uluslararası Pencere Fuarı	07 Mart 2018	10 Mart 2018	Pencere, Panjür, Cephe ve Profil, Üretim Makineleri, Aksesuar, Yalıtım Malzemeleri, Hammaddede ve Tamamlanmış Ürünler	İstanbul
Avrasya Kapı 2018	07 Mart 2018	10 Mart 2018	Kapı, Kepek, Kilit, Alarm ve Güvenlik, Panel, Pano, Böme Sistem ve Aksesuarları	İstanbul
Avrasya Cam 2018	07 Mart 2018	10 Mart 2018	Cam Ürünleri, Uygulanılan, Üretim İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlanmış Ürün ve Kimyasallar	İstanbul
FETEX 2018	07 Mart 2018	10 Mart 2018	Fethiye Turizm, Turizm Tedarikçileri ve Yiyecek, İçecek	Muğla
MODEKO 2018 29.Uluslararası İzmir Mobilya Fuarı	07 Mart 2018	11 Mart 2018	Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları	İzmir
Farmers' Fair - Güney Ege	08 Mart 2018	11 Mart 2018	Tarım, Gıda, Hayvancılık Teknolojileri ve Endüstrileri	Muğla
Home and Concept Fuarı	08 Mart 2018	11 Mart 2018	Züccaciye, Hediyelik Eşya, Dekoratif, Ev Tekstili ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul
Kayseri Tarım Fuarı 2018	08 Mart 2018	11 Mart 2018	Tarım ve Hayvancılık	Kayseri
Uluslararası CNR Kitap Fuarı	09 Mart 2018	18 Mart 2018	Yayınçılık, E-Yayınçılık ve Teknolojileri	İstanbul
HPD Ortadoğu ve Avrasya Kongre ve Fuarı	13 Mart 2018	14 Mart 2018	Ev ve Kişisel Bakım Ürünleri ve İçerikleri	İstanbul
Antalya Otoshow 2018	13 Mart 2018	18 Mart 2018	Otomobil, Ticari Araçlar, Motosiklet, Bisiklet ve Aksesuarları	Antalya
Boat Antalya	13 Mart 2018	18 Mart 2018	Motorlu, motorsuz ve yelkenli tekneler ve su sporları	Antalya
Havuz SPA Wellness Fuarı (İstanbul Pool Show)	14 Mart 2018	17 Mart 2018	Havuz Yapım, İnşaat, Ekipman, Mobilya, Sauna	İstanbul
Marax	14 Mart 2018	17 Mart 2018	Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda	Muğla
Art Ankara 4.Uluslararası Çajdaş Sanat Fuarı	14 Mart 2018	18 Mart 2018	Çajdaş Sanatları Fuarı	Ankara
Ortadoğu 8 İnşaat Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Yapı Malzemeleri, Yapı Teknolojileri, Doğal Gaz, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, İş ve İnşaat Makineleri,	Diyarbakır
Şanlıurfa Yapı İnşaat Dekorasyon Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	İnşaat ve Yapı Malzemeleri, Kapı, Pencere, Mutfak	Şanlıurfa
WIN IAMD Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Uluslararası Endüstriyel Otomasyon ve Akıllı Gücü Teknolojileri	İstanbul
WIN Metal Working Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Sac İşleme, Metal Kesme ve Şekillendirme Teknolojileri	İstanbul
WIN Welding Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri	İstanbul
WIN Surface Technology Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Yüzey İşleme Teknolojileri	İstanbul
WIN Electrotech Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Enerji, Elektrik ve Elektronik Teknolojileri	İstanbul
Win Cenat Eurasia 2018	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Taşıma, Depolama, İstifleme İç Lojistik ve Lojistik Fuarı	İstanbul
Expomen	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Tarım Makineleri, Hayvan Yetiştiriciliği, Makine Ekipman ve Teknolojileri	İzmir
7.Bursa Karacabey Tarım ve Hayvancılık Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Tarım Hayvancılık, Tohum, Meyvecilik, Sulama Teknolojileri	Bursa
Çocuk Gelişimi Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Çocukların Zihinsel, Bedensel, Kültürel, Sosyal ve Duyusal Gelişimine Yönelik Ürün ve Hizmetler	İstanbul
2.İstanbul Hırdavat Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Hırdavat Ürünleri ve Teknolojileri	İstanbul
DEYEF-Denizli 1.Emlak ve Yapı Endüstrileri Fuarı	15 Mart 2018	18 Mart 2018	Konut Projeleri, İnşaat ve Yapı Malzemeleri, Şantiye Ürünleri	Denizli
Eğitim, Yurtdışı Eğitim ve Eğitim Teknolojileri Fuarı	17 Mart 2018	17 Mart 2018	Eğitim, Yurtdışı Eğitim, Eğitim Teknolojileri ve Materyalleri, Sanal Eğitim	İstanbul
Bursa 16. Kitap Fuarı	17 Mart 2018	25 Mart 2018	Kitap ve Süreli Yayınlar	Bursa
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	19 Mart 2018	19 Mart 2018	Yurt Dışı Eğitim	Ankara
Konya Tarım 2018	20 Mart 2018	24 Mart 2018	Tarım, Tarımsal Mekанизasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı	Konya
CNR Mersin Anne-Bebe Çocuk Fuarı	20 Mart 2018	25 Mart 2018	Bebek, Çocuk ve Annelikle İlgili Tüm Ürün ve Hizmetler	Mersin
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	21 Mart 2018	21 Mart 2018	Yurt Dışı Eğitim	İzmir
İDEV 2018	21 Mart 2018	25 Mart 2018	Düğün Hazırlıkları, Ev Tefrisi ve Dekorasyonu	İzmit
Doğu Marmara 2. Gayrimenkul Fuarı	21 Mart 2018	25 Mart 2018	Gayrimenkul Yatırımları, Finansman ve Danışmanlık,	İzmit
Doğu Marmara Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı	21 Mart 2018	25 Mart 2018	Kozmetik, Kişisel Bakım ve Sağlık Yaşam	İzmit
SUÇEV/Su ve Çevre Fuarı	22 Mart 2018	24 Mart 2018	Çevre ve Su Kaynaklarının Korunması, Küresel Isınma	Bursa
Turkocat & Paintİstanbul 2018	22 Mart 2018	24 Mart 2018	7.Uluslararası Boya ve Hammaddeleri, Yapı Kimyasalları, Yapıştırıcı ve Hammaddeleri, Laboratuvar ve Üretim Ekipmanları Fuarı	İstanbul
İstanbul Oyuncak Fuarı	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Bebek, Çocuk ve Yetişkin Oyuncakları, Hobi ve Yaşam Tarzı Ürünleri	İstanbul
Samsun 4.İnşaat Fuarı 2018	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Yapı, Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Tesitat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri	Samsun
3.Uluslararası Ankara Turizm Fuarı	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Turizm	Ankara
İstanbul Jewelry Show Mart 2018	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Takılar, Taşlar, Saatler Hediyelik Eşyalar, İlgili Yan Sanayi	İstanbul
PET İzmir Fuarı	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Evcil Hayvan Ürün, Malzeme ve Aksesuarları	İzmir
Güzellik & Bakım 2018	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Güzellik ve Bakım, Saç, Kozmetik, Spa,&Wellness ve Parfümeri Fuarı	İstanbul
ENSPOMED EURASIA	22 Mart 2018	25 Mart 2018	Tıbbi Cihazlar, Sistemler, Teknolojiler, Ürünler, Donanımlar, Sarf Malzemeleri, Sağlık Hizmetleri,	İstanbul
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	23 Mart 2018	23 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim	İstanbul
IEFT Yurtdışı Eğitim Fuarı	24 Mart 2018	25 Mart 2018	Yurtdışı Eğitim	İstanbul
Akıllı Şehirler Konferansı ve Fuarı	28 Mart 2018	29 Mart 2018	Akıllı Şehirler, Belediyecilik, Teknoloji, Kentsel Dönüşüm, Mobilite,	Ankara
Antalya City Expo 8.Sehircilik ve Teknolojileri Fuarı	28 Mart 2018	30 Mart 2018	Belediye Ekipmanları ve Teknolojileri	Antalya
MARBLE '24.Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri F.	28 Mart 2018	31 Mart 2018	Doğal Taş ve Teknolojileri	İzmir
BODEX 2018	28 Mart 2018	31 Mart 2018	Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda	Muğla
Decoboss	28 Mart 2018	01/04/2018	Yapı, Konut,, Dekorasyon, Çevre Düzenlemesi, Elektrik	Muğla
Educashow Eğitim Teknolojileri ve Okul Ekipmanları F.	29 Mart 2018	31 Mart 2018	Okul Ekipmanları ve Teknolojileri Fuarı	İstanbul
Van Tekstil ve Ev Tekstili Fuarı	29 Mart 2018	31 Mart 2018	Tekstil, Hazır Giyim, Koleksiyon, Yan Ürünleri Ev Tekstili	Van
Pro Elektronik Show 2018	29 Mart 2018	31 Mart 2018	Profesyonel Ses, Işık, Görüntü ve Entegre Sistemleri	İstanbul
5.Barajlar & H.E.S. Fuarı	29 Mart 2018	31 Mart 2018	Barajlar ve H.E.S Yapımında Kullanılan Malzeme, Ekipman ve Proje Hizmetleri	İstanbul
No Dig Expo Turkey	29 Mart 2018	31 Mart 2018	Alyapı ve Kazısız Teknolojiler	İstanbul
World Mill Tech	29 Mart 2018	01 Nisan 2018	Değirmen Makineleri Teknolojileri ve Yan Sanayi	İstanbul
13.Uluslararası Ideal Homex Ev Eşyaları, Züccaciye F.	29 Mart 2018	01 Nisan 2018	Züccaciye, Hediyelik Eşya, Dekoratif Ev Tekstili ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

12 Mart 2018 Pazartesi

- 16-28 Şubat 2018 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

15 Mart 2018 Perşembe

- Şubat 2018 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

20 Mart 2018 Salı

- Şubat 2018 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

23 Mart 2018 Cuma

- Şubat 2018 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
- Şubat 2018 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı















26 Mart 2018 Pazartesi

- Şubat 2018 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi
- 2017 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisi Beyannamesinin Verilmesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Beyannamenin Verilmesi
- 1-15 Mart 2018 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
- 1-15 Mart 2018 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisi Beyanı ve Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi

2 Nisan 2018 Pazartesi

- 2017 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- Şubat 2018 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Şubat 2018 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Şubat 2018 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 6736 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 7. Taksit Ödemesi
- 7020 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 5. Taksit Ödemesi

Ekonomist'te Neler Olacak?

<p>CEO Club Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırma, anket, etkinlik, konferanslarda bir araya getiriyor...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Anadolu 500 Anadolu'nun En Büyük 500 Şirketi araştırması...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yılın İş İnsanları Yılın İş İnsanı, Yöneticisi, Girişimcisi, Bürokrati ve Sivil Toplum Önderi... 26 yıllık heyecan...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Kobi Girişim Büyüme, kurumsal yapısını güçlendirmek ve dışa açılmak isteyen KOBİ'lerin yeni rehberi...</p> <p> katkısıyla</p>
<p>Girişimci Kulübü Türkiye'nin önde gelen girişimcileri bu kulüpte buluşuyor.</p>	<p>Besmetre Bireysel emeklilik şirketlerinden haberler ve performansı en iyi Bireysel Emeklilik Fonları analizi.</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Gayrimenkul Saati Emlakta doğru yatırımı yapmak için herkes Gayrimenkul Saati'nin çalışmasını bekliyor...</p>	<p>Franchise 100 Franchise veren büyük şirketlerle, girişimcileri buluşturan dev araştırma dosyası...</p> <p> katkısıyla</p>
<p>İnşaat 2023 Türkiye'nin önde gelen illerde yaptığımız toplantılarda inşaat sektörünün gelecek vizyonunu konuşuyoruz.</p>	<p>Yılın Kadın Girişimcisi Başarıdan başarıya koşan girişimci kadınlar hak ettiği ödüle kavuşuyor...</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Anadolu'nun En Etkili 50 İş İnsanı Anadolu başarı öykülerinin arkasındaki güçlü isimler özel anketlerle belirleniyor...</p>	<p>Anadolu Markaları 81 ilin yükselen markalarının başarılarını paylaşan yarışma ve konferans dizisi...</p> <p> katkısıyla</p> <p> katkısıyla</p>
<p>100 Kadın Patron Sahibi kadın olan, Türkiye'nin en büyük 100 şirketi sıralaması.</p>	<p>Türkiye'nin En Başarılı Turizm Yatırımları Türkiye'de turizm yatırımlarını teşvik etmek için düzenlenen araştırma, 12 kategoride yatırımları ödüllendiriyor.</p>	<p>CMO Club Türkiye'ye yön veren şirketlerin pazarlama yöneticileri CMO Club'da bir araya geliyor...</p>	<p>M&A Raporu İş dünyasını sarsan birleşmeler, sektöre yön veren satın almalar...</p> <p></p>
<p>Anadolu Buluşmaları Anadolu'nun dört bir yanından global bakış açısına sahip bütün KOBİ sahibi iş adamlarını kulübümüze davet ediyoruz...</p>	<p>En Zengin 100 Türk Birkaç basamak birden yükselenler, ilk 10'daki yeri hiç değişmeyenler, listeye ilk kez girenler...</p>	<p>Garanti Mortgage Yeni konut projeleri, ofis, AVM ve plazalarda son trendler, avantajlı krediler, uzman görüşleri...</p> <p> katkısıyla</p> <p> katkısıyla</p>	<p>Yılın En İyi Filo Yöneticisi Gittikçe büyüyen bir sektör haline gelen filo kiralama, sürdürülebilir filo anlayışının desteklenmesi ve başarılı filo yöneticilerinin ödüllendirilmesini hedefliyor.</p> <p> katkısıyla</p>
<p>Sosyal Marka 100 İngiliz araştırma kuruluşu Brandwatch ile düzenlediğimiz araştırmayla, Türkiye'nin 100 sosyal markasını sıralıyoruz.</p>	<p>50 Kadın CEO Türkiye'nin en büyük cirolarını yöneten 'Kadın CEO'lar... Nasıl başarılı oldular? Yolun başındakilere tavsiyeleri...</p>	<p>Türkiye'nin En Başarılı Emlak Yatırımları Araştırması Türkiye'nin başarılı emlak yatırımları, 11 farklı kategoride seçiliyor...</p>	<p>Vergide Gündem Vergi konusunda uyarıcı bilgiler, mevzuata ilişkin son gelişmeler...</p> <p> katkısıyla</p>
<p>Satın Alma Liderleri Türkiye'nin en yüksek satın alma bütçelerini yöneten 50 profesyonel...</p>	<p>Best Brands Avrupa'nın önemli araştırmalarından... Ekonomist ve GFK Türkiye iş birliği ile dev araştırmanın merakla beklenen sonuçları</p>	<p>Sosyal girişimci ödülleri Yaşadığı toplum ve dünya için fark yaratan başarı hikâyeleri Sosyal Girişimci Ödülleri ile sahiplerini buluyor...</p>	<p>EKONOMİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE YARINI...</p>

GarantiPartners'la rüzgârı arkanıza alın!

Girişiminize hız vermek ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamak için
GarantiPartners'ın destek ve cesaret veren güçlü ekibiyle tanışın.
Ayrıntılı bilgi garantipartners.com'da.



garantipartners.com



[/garanti](https://www.facebook.com/garanti)



[/garantibankasi](https://www.instagram.com/garantibankasi)



Garanti

Başka bir arzunuz?