

KOBİ

Garanti BBVA
Geleceğin fırsatları sizinle

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

NİSAN 2020

İNOVATİF girişimler

■ Küresel salgına
karşı inovatif çözümler

■ Hangi girişimler
öne çıkıyor?

■ Yeni dünyanın
trendleri neler?

KORONA, SANAL ETKİNLİK PAZARINI BÜYÜTTÜ

“200 KİŞİLİK EKİBİMİZLE EVDEN ÇALIŞMAYA BAŞLADIK”

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN: MASKELİ YAŞAMDAN YANSIMALAR

Ekonomist'te neler olacak?

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



Geleceğe umutla bakmak için...

New York, Londra, Paris, İstanbul...
Dünyanın merkezi sayılan dev
metropollerde caddeler ve meydanlar bomboş...

Milyonlarca insan evlerine çekilmiş,
tedirgin bir bekleyişi içinde...

Hükümetler ve bilim insanları, yüz
milyarlarca dolarlık projeler ile ortaya çıkan
virüs salgınına kontrol altına almak için canla
başla çalışıyor...

Ancak tüm çabalara rağmen dünyaya
yayılan virüs, 10 binlerce insanın ölümüne
neden olmaya devam ediyor...



Çok değil, bundan yalnızca bir ay önce,
yukarıda okuduğunuz satırların neyi anlattığını
sorsam, muhtemelen "distopik bir Hollywood
filminin senaryosu" yanıtını alırdım.

Oysa ne yazık ki, Aralık 2019 sonunda
Çin'de ortaya çıkan koronavirüs salgını, son 1 ay

içinde tüm dünyada hızla yayıldı ve "olmaz"
dediğimiz pek çok şey bir anda hayatımızın
yegane gerçeği haline geldi.

Salgının toplumsal hayatta yarattığı panik
duygusu ile birlikte küresel ekonominin içine
girdiği felç hali, başta geçim derdi yaşayan yüz
milyonlarca insanın ve işletmenin 'kabus'u
haline gelmiş durumda.

İnşaat, turizm, hizmet gibi geleneksel
sektörler neredeyse tamamen durdu. Binlerce
fabrikada çarklar sustu, pek çoğunda ise
üretimde ciddi kısıtlamalara gidildi. Devletler bu
krizle baş edebilmek için trilyon dolarlık yardım
paketleri hazırlıyorlar.

Bu süreçte, özellikle dijital teknolojilere,
AR-GE'ye yatırım yapan, inovatif fikirlerle
kurulan girişimlerin önemi bir kez daha
derinden hissediliyor. Zira artık milyonlarca
insan evinden çıkmadan yaşıyor, evden

çalışıyor, en yakın markete gidip temel
ihtiyaçlarını almak yerine online kanalları
kullanıyor. Fabrikalarda fiziki teması azaltan
teknolojiler daha çok tercih edilmeye başlarken,
şirketler evden çalışma sürecine adapte olmak
için yazılım altyapılarını geliştirecek ürünlere
yöneliyor.

Biz de KOBİ Girişim dergisi olarak, bu zorlu
süreçte inovatif fikirleri ile öne çıkan yerli
şirketlerin geleceğe ışık tutan projelerini
okuyucularımıza aktarmak istedik.

Böylelikle hem inovatif girişimlerin önemini
bir kez daha vurgulamak, hem de bugünkü
koşulların zorluğuna rağmen bilime ve akla
tutduğumuz sürece, geleceğin her zaman
umut dolu olacağı mesajını vermek istedik.

**Kendinize iyi bakın ve evde kalın!
İyi okumalar.**

Ekonomist HAFTALIK
EKONOMİ
VE SİYASİ
HABER DERGİSİ**KOBİ GİRİŞİM**

YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayınçılık ve Pazarlama A.Ş.

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

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

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

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

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

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

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

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

DAĞITIM
Türkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP üyesidir.

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

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

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

ÇALIŞMA SAATLERİ

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



Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını, bir yandan dünya ekonomisini felç ederken, diğer yandan üretim ve ticarete kuralların yeniden koyulacağı yakın geleceğe hazırlanan inovatif girişimleri daha da önemli hale getirmiş durumda. Bu süreçte online altyapısını sağlamlaştırmış, AR-GE'ye yatırım yapmış olan girişimler, öne çıkıyor. Özellikle sağlık ve yazılım alanında inovatif çözümler geliştiren girişimler, giderek daha fazla dikkat çekiyor.



Çocuğunuzun yaptığı resmi haliya dokutmak ve odasına sermek ya da kişisel hikayenizle öznel halınızı bir halının salonunuzda olmasını ister misiniz? Mekanlarındaki halınızı benzersiz olmasını isteyenlere hizmet veren Elly Concept halıları kişiselleştiriyor. Bir kadın girişimci olan Şeyda Elif Çakmak tarafından kurulan Elly Concept, bugün dünyanın 12 ülkesine ihracat da yapıyor.



Takı ve mücevher markası Diamond By Naci Şenocaklı'nın ikinci kuşak temsilcisi Deniz Şenocaklı Özula, kendi markası ile ailesinden bağımsız ilerlemeyi tercih etti. Tasarımlarını kendi web sitesinin yanı sıra birkaç noktada satışa sunan Özula, franchise vererek büyümeyi planlıyor.

5 Korona, sanal etkinlik pazarını büyüttü

6 KOBİ Gündemi

8 KAPAK KONUSU

■ Inovatif girişimler

12 “200 kişilik ekibimizle evden çalışmaya başladık”

14 Şirket indirimlerini tek platformda birleştirdi

16 “KKTC ile işbirliğini geliştireceğiz”

18 Hedefi 2020 sonunda 500 bin kullanıcı

20 Hikayeli halılarla 12 ülkeye ihracat yaptı

22 “Türkiye, 19 ülke içinde en hızlı büyüyen oldu”

24 “Franchise ile 5 yılda büyümeyi planlıyorum”

26 Üç yılda 10 şube hedefliyor

27 Hazırlığı gelecek kış sezonuna yapıyor

28 “Zorlu süreçte gıda üretimine devam”

30 Cem Ener:
Atılım yapmayı açılım yapmaya tercih ederim. Neden mi?

32 Dr. Işıl Keskin Şahan:
Maskeli yaşamdan yansımalar

34 Prof. Dr. Volkan Demir:
Şirketlerimizin bağışıklık sistemini nasıl güçlendirebiliriz?

36 Yurtdışından Mal Talebi

40 Fuar Takvimi

42 Vergi Takvimi



Aylık 17 milyondan fazla ziyaretçisiyle Türkiye'nin en büyük uçak bileti sitesi olan Enuygun.com'un CEO'su Çağlar Erol, koronavirüs salgınının turizmi vurmasıyla zorlu bir süreçte girdiklerini söylüyor. Herşeye rağmen 200 kişilik ekiple evden çalışmaya devam ettiklerini anlatan Erol, “Öncelikli amacımız, bu zorlu dönemin ardından planlarımızı aynı hızla sürdürebilmek için tam olarak hazırlıklı olmak” diyor.



6 bin 500 m²'lik kapalı alanı ile ön kuluçka girişimcilere ve AR-GE faaliyetlerini yürüten işletmelere ev sahipliği yapan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi, yurtdışında daha etkin hale gelmeye hazırlanıyor. Teknoparkın genel müdürü Özgül Durmaz, “Mersin Teknopark firmaları KKTC'de uluslararası şubelerini açmak suretiyle iki ülke arasında işbirliklerini geliştirmeyi sürdürecektir” diyor.



Türkiye'de büyüklüğü 340 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilen mobil sağlık çözümleri pazarına yeni oyuncular giriyor. Fiziksel sağlığı korumaya ve tedavi etmeye yardımcı egzersiz uygulaması olan Moovbuddy de bunlardan biri. Şirketin kurusu Güner Bayram, “20 bin kullanıcımız var. Sene sonunda hedef bunu 500 bin yapmak” diyor.

Korona, sanal etkinlik pazarını büyüüttü

Dünya koronavirüs nedeniyle zor günlerden geçerken, eğitim ve çalışmalar ise online olarak devam ediyor. Bu süreçte her ne kadar birçok etkinlik iptal edilse de önümüzdeki süreçte sanal etkinliklerin artması bekleniyor. Sanal etkinlik hizmeti veren Deal Room da yeni dönemde birçok organizasyonu dijital ortama taşımak üzere çalışmalarını yürütüyor.

Çin'in Wuhan kentinden dünyaya yayılan koronavirüs, yeni bir çağa doğru giden süreci hızlandırdı. İş dünyasını bir süredir etkisi altına alan dijitalleşme atağı artık pek çok alanda kendini gösteriyor. Online eğitim ve çalışma sisteminin karantina günlerinde yaygınlaştığı bugünlerde iptal edilen organizasyon ve etkinliklerde sanal ortama taşındı. Bu yıl planlanan birçok etkinlik iptal edilirken, sektör çıkış yolunu dijitalin gücüyle etkinlikleri sanal hale getirmeye başladı. Burada oluşan talebe yanıt ise ODTÜ mezunu bir mühendislerden geldi.

Finlandiya'dan 20 ülkeye

Finlandiya'da ODTÜ mezunu mühendisler tarafından kurulan Deal Room, 20 ülkede 120 etkinlikte insanları birbiri ile tanıştıran yenilikçi bir etkinlik yönetim platformu olarak önümüzdeki

"Online toplantılar artıyor"

Dünyada, özellikle de yılın ikinci yarısında planlanan fuar, kongre ve seminerlerin sanal ortamda önemli katılımcı bulması bekleniyor. Virüsten etkilenen ülkelerde insanların evlerinden çalışmaya ve toplantılarını online yapmaya başladıklarını anlatan Kılınç, "İşte bu kapsamda, etkinlik sektörünün de devam etmesi, şirketlerin kongre, fuar ve konferanslara katılma ihtiyacını karşılamak anlamında online etkinlikler yapma ihtiyacı ortaya çıktı" diye konuşuyor.

süreçte adından daha çok söz ettirmeye hazırlanıyor. Finlandiya'da ilk 100 start-up içerisinde yer alan hızlı büyüyen bu girişim, dünyanın birçok noktasında online toplantıların buluşma adresi olmayı hedefliyor. Fiziksel etkinliklere katılan ama birbirleri ile tanışamayan insanları eşleştiren ve tanışmalarını sağlayan Deal Room, dünyayı kasıp kavuran koronavirüs salgını nedeniyle iptal edilen etkinliklere online çözümleriyle önemli bir adım attı.

Deal Room, 10 dakika içerisinde etkinliğinizi online hale getirmeyi sağlayan bir teknoloji sunuyor. Web, mobil web ve app üzerinden çalışan platformda, yapılması gereken etkinliğe özel bir alan oluşturmak ve link üzerinden katılımcılara çağrıda bulunmak. Çağrılan katılımcılar, online etkinlik içerisinde profillerini oluşturup, hem diğer katılımcılarla toplantı organize edebiliyor ve sanal odalarda

birebir görüşebiliyor, hem de yine sanal olarak konuşmacıların sunum yaptığı konferanslara katılabiliyor.

"Tamamen sanal etkinlik"

Bugüne dek 20 ülkede 120 etkinliğe hizmet verdiklerini ve binlerce toplantıda, on binlerce insanı tanıştırdıklarını aktaran Deal Room Genel Müdürü Erdal Kılınç, online sundukları çözümlerle daha çok etkinlikte yer alacaklarını dile getiriyor. Korona virüsü nedeniyle birçok etkinliğin iptal olduğunu ve etkinlik sektörünün de bu salgından ciddi anlamda etkilendiğini vurgulayan Kılınç, "Bu anlamda, yetenekli yazılım ekibimizle aylardır süren bir çalışma sonunda platformumuzu tamamen sanal olacak etkinlikler için yeniden tasarladık. Şu anda iptal olan onlarca etkinliğe ilaç niteliğinde online çözümler sunuyoruz" diye konuşuyor. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de birçok etkinliği online platforma taşıdıklarını kaydeden Kılınç, "Amacımız, iş dünyasının bir araya gelme ihtiyacını online olarak çözebilmek ve bu işi en hızlı şekilde daha da çok etkinlikte uygulamaya geçirmek" diyor.



"100 kadın girişimci 'patron' olacak"



■ Doğtaş Kelebek Grubu ile KOSGEB arasında kadın girişimcilere özel geliştirilen projenin imza töreni, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın katılımıyla Ankara'da gerçekleşti. Protokol çerçevesinde, KOSGEB'in girişimcilik eğitimlerini tamamlayarak sertifika alan kadın girişimciler, kurumun girişimcilik desteğinden faydalanarak, Doğtaş Kelebek Grubu'nun bir parçası olabilecek. KOSGEB tarafından sağlanan desteğe ek olarak, Doğtaş Kelebek Grubu markaları bu proje kapsamında ekstra yatırımcı desteği verecek. Bu sayede, kadın girişimciler, hiç sermaye kullanmadan, Doğtaş Kelebek Grubu bünyesinde yer alan yatak markası Lova bayısı olma fırsatı yakalayacaklar. İmza töreninde konuşan Doğtaş Kelebek CEO'su Davut Doğan, KOSGEB ile gerçekleştirilen bu iş birliği sayesinde çok sayıda kadının kendi işletmesini kuracak olmasından mutlu ve gururlu olduklarını belirtti.

"İş bulmada üniversite farkı"

■ Şevket Sabancı ve ailesi tarafından sürdürülebilir sosyal yatırımlar yaparak ülke kalkınmasına katkıda bulunmak amacıyla kurulan Esas Sosyal'in gençlik ve istihdam alanındaki sosyal yatırımlarını ve gençlere fırsat eşitliği sağlayan "İlk Fırsat" Programı ile ilgili gelişmeleri paylaşmak üzere bir değerlendirme toplantısı düzenlendi. Toplantıda, Bilkent Üniversitesi ile gerçekleştirilen üniversite mezunu gençlerin iş gücüne katılım durumları ve İlk Fırsat Programı'nın yarattığı sosyal etkiyi gösteren araştırma sonuçları da paylaşıldı. Araştırma sonuçlarına göre, ülkemizdeki az bilinen üniversitelerinden mezun olan gençlerin işgücü piyasasında daha dezavantajlı olduğu ortaya çıktı. Toplantıda konuşan Esas Sosyal Kurucular Kurulu Başkanı Emine Sabancı Kamışlı, "Araştırmalar gençlere destek verildiği takdirde genç işsizliğinin çözümü konusunda ciddi bir fark yaratılabileceğini gösteriyor. Biz de üniversite mezunlarına fırsat eşitliği sağlayarak, bugünüme ve geleceğimize yatırım yapabiliriz dedik" diye konuştu.



Evde oturanlara 100 bin adım attırdı

■ Korona günlerinde evde kalınan bu süreçte yeme alışkanlıklarının değişmesi, bilgisayar ve televizyon başında fazla zaman geçirmek hareketsiz kalmaya neden olabiliyor. Basit egzersizler ve evdeyken günlük hedef konularak atılacak adımlar, bireylerin daha sağlıklı ve zinde kalmasına yardımcı oluyor. Adımsayar bir sağlık uygulaması olan Help Steps, kullanıcıları gün içerisinde adım atmaya teşvik ediyor. Help Steps sosyal medya hesapları üzerinde başlattığı meydan okuma kampanyasıyla kullanıcıların birbirlerini teşvik ederek ev içerisinde de hareket etmeleri için motive olmalarını sağlıyor. 23 Mart haftasından itibaren iki haftada toplam 100 bin adıma ulaşan Help Steps kullanıcıları hem hareket ediyor hem de attıkları adımları sosyal sorumluluk kapsamında bağışlayabiliyor.

KOBİ'lerin en çok tercih ettiği şirket oldu



■ E-ticaret altyapı şirketi İdeaSoft tarafından 5 milyonu aşkın sipariş ve 42 milyon ürün satışı incelenerek hazırlanan 'Kobi E-Ticaret Raporu'na göre Aras Kargo, yüzde 34 ile bu yıl da "KOBİ'lerin en fazla tercih ettiği kargo şirketi" seçildi. 2013 yılından bu yana KOBİ'lerin e-ticaret süreçlerini ortaya koymak amacıyla yayımlanan raporda Aras Kargo, son üç yıldır liderliğini koruyor. Üç yıldır istikrarlı bir şekilde bu başarıyı sürdürmekten gurur ve memnuniyet duyduklarını belirten Aras Kargo Genel Müdürü Utku Ayyarın, "Transfer merkezlerimizin yanı

sıra iş süreçlerimizi de dijitalleştirerek operasyonel verimliliğimizi ve müşteri memnuniyetini hep en üst seviyede tutmaya özen gösterdik. Sunduğumuz bu hizmetin sektörün önemli kuruluşları tarafından da takdir edilmesi bizler için mutluluk verici" diye konuştu.



Avrupa ile para transferinde masrafı kaldırdı

■ Tüm dünyada hızla yayılan Covid-19'a (Corona) karşı toplum sağlığını koruma hedefiyle yeni bir kampanya başlatan PeP, Avrupa ve Türkiye arasındaki para gönderme ve alma işlemlerinde 22 Nisan'a kadar hiçbir ücret almıyor. Toplum sağlığını her şeyin üzerinde tuttuklarını belirten Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri Genel Müdürü Artun Kumrulu, şunları söylüyor: "Hem Avrupa'da yaşayan ve seyahat edemeyen, gurbetten ülkemize para göndermek isteyen vatandaşlarımız, hem de Türkiye'de yaşayan vatandaşlarımız, sevdiklerine ulaşsın; korkmadan sokağa çıkmadan ihtiyaçlarını kolayca karşılasın istiyoruz. Avrupa ve Türkiye arasında Euro cinsinden para gönderme ve alma işlemlerinden hiçbir masraf almıyoruz."

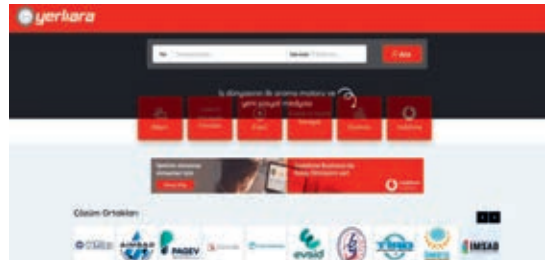
Mobilyada 'online satış' artıyor

■ Koronavirüse karşı alınan tedbirler kapsamında vatandaşlar, kalabalık ortamlarda fiziki temas gerektiren tüm faaliyetleri en aza indirmeye başlarken ödeme alışkanlıkları da hızla değişiyor. Ortak kullanım alanlarında fiziki mağazaların alışveriş arabaları, kasa ve ödeme sistemleri, nakit para teması gibi risklere girmek istemeyen tüketiciler, dijital ödeme sistemlerini tercih ediyor. Nakitsiz toplum kavramının giderek yaygınlaştığı bu tablo karşısında Türkiye'de online mobilya sektörünün önemli bir ivme kazanacağı öngörülüyor. Dijital ödeme sistemlerine yönelimin Türkiye'deki online mobilya sektöründeki hareketliliği daha da artıracaklarını belirten Trendmobilya.com kurucularından Murat Erat, "Türkiye'de 2019 yılında online mobilya satışları 1 milyar 56 milyon dolar seviyesine ulaşmıştı. Nakitsiz toplumun giderek yaygınlaştığı bu şartlar altında, Türkiye'deki online mobilya satışlarının iki kata kadar artabileceğini öngörüyoruz" diyor.



Yerliara'dan yeni Covid-19 uygulaması

■ İş dünyasının önde gelen STK ve üniversitelerinin desteği ile kurulan www.yerliara.com, Koronavirüse karşı mücadele eden firmaların aranıp bulunabileceği özel bir platform açtı. Kısa sürede 200'e yakın firmanın eklendiği platformda solunum cihazından maskeye, tıbbi ürünlerden gıdaya kadar birçok firmayı bulmak kolay hale geldi. Veri tabanında bugün itibarıyla 22 binden fazla firma ve on binlerce ürün barındıran Yerliara.com'un çözüm ortakları arasında ISO, İTÜ Arı Teknokent, IMSAD, TAYSAD, EVSİD, TİAD ve PAGEV gibi 20'ye yakın kurum yer alıyor. Lokasyon bazlı arama özelliği de bulunan platform bu yönüyle alanında ilk. Türkiye'de ciddi bir eksik olarak karşımıza çıkan ürün ve şirket bazındaki yerlilik oranlarının ölçülmesi "yerliara.com" sayesinde sağlanacak. Takip edilebilir ve düzenli olarak açıklanan bir endeks oluşturulacak. Bu sayede Türkiye'nin ürün ve sektör bazındaki yerlilik karnesi düzenli olarak incelenebilecek. Farklı dil altyapılarında sahip olan platform, Türk firmalarının ihracatına da katkı sağlamayı hedefliyor.





İNOVATİF GİRİŞİMLER

Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını, bir yandan dünya ekonomisini felç ederken, diğer yandan üretim ve ticarette kuralların yeniden koyulacağı yakın geleceğe hazırlanan inovatif girişimleri daha da önemli hale getirmiş durumda. Bu süreçte online altyapısını sağlamlaştırmış, AR-GE'ye yatırım yapmış olan girişimler, öne çıkıyor. Özellikle sağlık ve yazılım alanında inovatif çözümler geliştiren girişimler, giderek daha fazla dikkat çekiyor. Bu tür inovatif girişimlerin sayısı, Türkiye'de de her geçen gün artıyor. KOBİ Girişim olarak, bu ayki kapağımızda öne çıkan inovatif girişimleri mercek altına aldık.

Küresel çapta etkisini her geçen gün daha çok hissettiren koronavirüs salgını, tün dünya ekonomilerini adeta felç etti. Ticarete geleneksel yöntemleri kullanan sektörler büyük bir tedarik ve arz krizi yaşıyor. Tekstilden makineye, inşaatı turizme tüm ekonomiyi besleyen ana sektörler ya üretime ara veriyor ya da ciddi miktarlarda üretim kısıntısına gidiyor. Bu süreçte online altyapısını sağlamlaştırmış, AR-GE'ye yatırım yapmış olan bazı kritik sektörler ise giderek öne çıkıyor. Özellikle sağlık ve yazılım alanında inovatif çözümler geliştiren girişimler, giderek daha fazla dikkat çekiyor.

Köklü değişim geliyor

Uzmanlara göre koronavirüs salgını ile iş dünyasında yaşanacak köklü değişimlerin habercisi olan bu girişimlerin sayısı, Türkiye'de de her geçen gün ar-

tıyor. KOBİ Girişim olarak, bu ayki kapağımızda öne çıkan inovatif girişimleri mercek altına aldık. Bu girişimler içerisinde, Covid-19 tanı kiti üreten sağlık girişimcisi görüntü analizi ile kalite kontrol yapabilen yazılım üreten şirkete, atık gıda ürünlerinden aldığı hammaddeyle Türkiye'de ilk kez yaprak jelatin üreten şirketten, depolama yapılan her sektöre özel robot üreten girişime kadar pek çok alanda yeni dönemin habercisi olan firmalar bulunuyor.

COVID-19 tanı kiti üretti

Son haftalarda kamuoyunda beki de en çok merak edilen konu, Covid-19 hastalığının bulaştığı kişileri tespit etmeye yarayan tanı kitlerinin sayısı oldu. Sağlık Bakanlığı bu konuda hem ithalat hem de yerli üretim yoluyla ihtiyacı gidermeye çalışıyor. 2011 yılı Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda "Türki-

ye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi" ödülünü kazanan Pınar Akalın, da Türkiye'de bu alana yoğunlaşan birkaç isimden biri. 2009 yılında kurduğu Sentromer DNA Teknolojileri şirketi ile sentetik DNA üretimi yapan Akalın, son dö-



nemde Covid-19 tanı kiti üretmeye başladı. Öncelikle testin kritik bileşenlerinden olan primer ve prob adı verilen 2019-nCoV koronavirüs türünün genomuna özgü DNA bölgelerini sentezlediklerini anlatan Akalın, “Bunu özellikle kit haline getirmek isteyenler için erken bir hizmet olarak Linkedn üzerinden ve çalıştığımız firmalara duyurduk. Daha sonra test sıkıntısı olduğunu duyunca zaten kit üretimimiz olduğundan COVID-19 için de gerekli çalışmaları yapıp test kitini satışa sunduk” diyor. Hem ülkenin ihtiyacı hem de dünyadaki talebi değerlendirdiklerini anlatan Akalın, “Son 2 haftada İspanya, Fransa, Portekiz, Amerika, Kanada ve Afrika’dan talepler geldi” diye konuşuyor. Şirket, hassas ve hızlı tanıya yönelik çalışmaları kapsamında geliştirdiği bir biyosensör de ticari ürün olarak lanse etmeyi planlıyor.



2 Depolama için robot üretti

Salgın döneminde depolama ve lojistik faaliyetlerinin önemi de giderek artıyor. 2012 yılında kurulan Robotas Robotik Depolama Sistemleri, her sektörde lojistik ve depolama faaliyetlerinde kullanılan robot sistemleri üreten yerli bir firma olarak hizmet veriyor. Şirketin ortağı ve Genel Müdürü Serhat Saka, genel anlamda otomatik çalışan forkliftler ve otomatik çalışan transpaletler ürettiklerini söylüyor. Saka, “Gerek 1,5 tonluk ürünler veya paletler olsun, gerekse 10 gramlık ilaç kutuları, bunları otomatik olarak insan olmadan yazılımda belir-

lenmiş kriterlere göre almamız gereken yerlerden alıp taşımamız gereken yerlere taşıyor ve istifliyoruz” diyor. Lojistik depoları, üretim fabrikaları, e-ticaret yapan firmalar ve nakliye firmalarının Robotaş’ın hedef pazarları olduğunu kaydeden Serhat Kaya, bunu yanı sıra ilaç firmaları, gıda sektörü, tekstil sektörü ve demir çelik sektörlerine de hizmet verdiklerini anlatıyor. Bugüne kadar yurtiçi odaklı bir üretim stratejileri gerçekleştirdiklerini ifade eden Saka, yeni dönemde yurtdışına da açılmayı planladıklarını dile getiriyor. Saka, “İçinde Türkiye’nin de bulunduğu günümüz ekonomik durum ve sağlık konuları dikkate alındığında 2021 yılı başlarından itibaren Robotaş RWMS markasını dünyanın çoğu ülkesinde çalışır durumda göreceğimize inanıyoruz” diye konuşuyor.

3 Dünyanın ilk helal yaprak jelatini

Türkiye’de helal sığır jelatini üretmek amacıyla yola çıkan şirket, başta kolajen ve jelatin olmak üzere proteinin farklı alanlarında üretim ve AR-GE faaliyetleri yürütüyor. Başta gıda sektörünün yan ürünleri gibi görünen hatta atık olarak nitelendirilen hammaddelerin aslında çok kıymetli hammaddeler olduğunu dile getiren BB Tarım Kurucu Ortak Serhat Uğur Baştürk, “Bunlardan yüksek katma değerli ürünler üretebileceğimizi fark ettik. Bu amaçla Türkiye’nin çok kıymetli şirketleri ile ortak çalışmalarda bulunduk ve danışmanlık desteği verdik” diyor. Başta gıda, ilaç ve kozmetik olmak üzere, bitki beslemeden metalurji sektörüne kadar çok geniş alanda faaliyet gösterdiklerini anlatan Baştürk, “Jelyap markamız ile Dünya’da sadece birkaç üreticisi olan yaprak jelatinin ilk ve tek yerli üreticisi olmayı başardık” diye konuşuyor. Dünyada ilk ve tek Koşer ve Helal Yaprak Jelatin üreticisi haline geldiklerini kay-

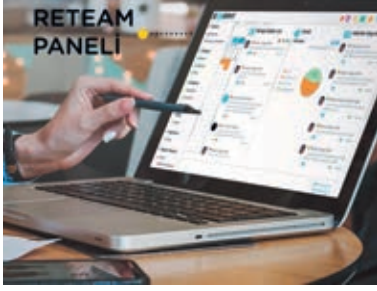


deden Baştürk, “2019’da ciromuz 5 milyon TL üzerinde gerçekleşti. Önümüzdeki 5 yılda yapacağımız yatırımlarla 70 milyon dolarlık bir yıllık ciro hedefimiz var” şeklinde konuşuyor. Yeni tip koronavirüse yönelik çok ciddi bir çalışma başlattıklarını da vurgulayan Baştürk, önümüzdeki 3 ay içerisinde hücre testlerini tamamlamayı hedeflediklerini belirtiyor.

4 Test sonucunu uygulamada

Salgın tehlikesi ile birlikte gıda ürünleri ve ambalajlarının kalitesine yönelik tüketici hassasiyeti de artmış durumda. Görüntü analizi ile kalite kontrol sanayiye yönelik hizmet veren Eravis Görüntü İşleme Sistemleri, çoğunlukla kalite kontrolün çok önemli olduğu otomotiv ve gıda sektörlerinde faaliyet gösteriyor. Teknolojinin gün geçtikçe ilerlemesi ve ucuzlaması ile, termal kameralarla kalite kontrol gibi insan gözünün göremeyeceği boyutta da görüntü analizi yazılımlarının artık gerçekleştirilebildiğini ifade eden şirketin kurucu ortağı Çağkan Ekici, “Termal görüntü analizi ile gıda paketlerinin kapanma kontrolü halihazırda en çok sunduğumuz çözümlerden biri” diyor. Şu an koronavirüs ile ilgili olarak, x-ray ve bilgisayarlı tomografi resimlerinin derin öğrenme ile görüntü analizi konusunda bir proje geliştirdikleri bilgisini veren Ekici, “Proje kapsamında geliştirmekte olduğumuz yazılım, x-ray ve bilgisayarlı tomografi resimlerinin buluta aktarılması ve bulutta derin öğrenme yazılımı ile analiz edilmesi sonrasında yetkili kişilere koronavirüs test sonucunun web uygulama aracılığıyla bildirilmesini gerçekleştirecek” diye konuşuyor. Bu sayede testlerin yapım aşamasında da risk altında olan sağlık çalışanlarından bağımsız, anlık ve yüksek doğruluk payına sahip bir test sistemi geliştirilmiş olacağını kaydeden Ekici, “Yazılımın şu an son aşamasına geldik, kısa bir süre içerisinde





yazılımın hastanelerde kullanılması ile ilgili gerekli mercilerle görüşmelere başla-
yacağız” diyor.

5 Fiziksel teması azaltıyor

Web ve mobil platformlarda kullanılabilen 2 farklı proje ile teknoloji ekosistemi ürünleri sunan Eight Bilgi Teknolojileri Danışmanlık A.Ş., Reteam ürünü ile kurumların dijital dönüşüm süreçlerini hızlandıran bir bulut uygulamayı kullanıma sundu. Diğer ikinci ürünü 8thSense ile nesnelerin iinterneti ya da IoT olarak bilinen dijital dönüşüm sürecine de katkı sağladıklarını ifade eden şirketin yönetici ortağı Nüzhet Emir Çubukçu, “Geliştirmiş olduğumuz uygulamalar ile web ve mobil uygulamalar, veri depolama, işleme, analiz etme, raporlamanın yanında, özellikle IoT projelerimizde ihtiyaç duyduğumuz yapay zeka teknolojilerine alt yapı sağlayacak durumdayız” diyor. Önümüzdeki 5 yılda ürünlerinin pazardaki bilinirliğini artırmayı hedeflediklerini dile getiren Çubukçu, “Gelişen ve değişen dünyaya ayak uydurmak için mobil uygulamalara daha çok yöneleceğiz ve yapay zeka ile ürünlerimizi kuvvetlendirmeyi hedefliyoruz” diye konuşuyor. Şirket geliştirdiği 2 ürünü ile koronavirüs ile mücadelede de destek sunmayı hedefliyor. 8thSense ile insanların yapmış olduğu işleri robotik çevresel sensörlere delege ettiklerini, böylelikle o süreçlerden hem insanları uzaklaştırdıklarını hem de otomatik kontrol yapabilen bir sistem sunduklarını kaydeden Çubukçu, şunları söylüyor: “Diğer bir projemiz ise hem çalışanların uzaktan işlerini yapabilmelerini, takip edebilmelerini sağlarken,

hem de birbirleri ile fiziksel teması azaltan bir proje olarak hizmet veriyor.”

6 E-ticaret uygulaması

Koronavirüs ile birlikte tüm dünyada insanların evlere çekilmesi, e-ticarete olan ilgiyi de doruğa çıkardı. 2012 yılında, o dönemde henüz trend olmaya başlayan e-ticaret mobil uygulamalar alanındaki boşluğu görerek, mobil uygulama geliştirme firması Appcent'i kuran ve halen şirketin CEO'luğunu yürüten Ozan Uysal, “Özellikle perakende ve m-ticaret dediğimiz, mobil üzerinden e-ticaret uygulamalarında çok tecrübeliyiz, bu konuda Beymen, Boyner, Mavi, Metro gibi sektör liderlerinin çözüm ortağı olduk” diyor. İlk global projelerini Kuveyt Costa Coffee için 2019 yılında gerçekleştirdiklerini ifade eden Uysal, “Halen Kuveyt'te yeni projeler için çalışıyoruz, ağırlıklı olarak MENA bölgesine odaklanıyoruz. Dubai'de Mashreq Bank, Bahreyn'de Bank ABC ile yaptığımız projelerimiz de mevcut” diye konuşuyor. Şirketin 2019'da bir önceki yıla göre yüzde 220'lik bir büyümeye yakaladığını kay-



deden Uysal, “Hedefimizde global projelerimizi artırmak ve Appcent'i Türkiye'den çıkan en büyük teknoloji girişimlerinden biri haline getirmek var” diyor. Uysal, koronavirüse karşı ise dünyaca ünlü bir market zinciri ile sosyal sorumluluk üzer, ne bir proje geliştirme aşamasına olduklarını bilgisini veriyor.

7 Evden çalışan için yazılım

Binlerce şirketin ‘evden çalışma’ uygulamasına geçtiği bu dönemde, şirketlerin yönetim sistemini sürdürebilmesi ve iş kayıtlarının korunması için sağlam bir dijital altyapıya sahip olması gerekiyor. “Dokümanlar” ve “Kayıtlar” adındaki uygulamaları



ile şirketlerin tüm kağıt üstündeki fiziki kayıtlarını dijital taşıyan MFLOW şirketinin kurucu ortağı İlkin Kılıç, “Geliştirdiğimiz yazılım, fiziksel olarak yürütülen, kağıt üzerinde yapılan ve saklanan tüm çalışmaları dijital ortalama taşıdığı için, şirketlerin evden çalışma koşullarına destek sağlıyor” diye konuşuyor. Kılıç, “Dokümanlar” ile herhangi bir yönetim sistemi uygulayan ya da uygulamak isteyen işletmelerin, sistemi tüm ekibe anlatabileceği dokümanları dijital olarak oluşturmaya ve sürdürülebilirliği sağlamasına olanak sağladıklarını söylüyor. “Kayıtlar” ile ise, yönetim sistemini kuran ve uygulamaya başlayan işletmelerin, sistemlerinin aksamaması için tutması gereken kayıtları dijital hale getirdiklerini ifade eden Kılıç, Böylelikle, izlenebilirliğin yasal zorunluluk olduğu işletmeler için, izlenebilirliği dijitalde oluşturabilmelerini sağlıyoruz” diyor. Mflow'un yönetim sistemlerini uygulayan ya da uygulamaya çalışan tüm firmalar tarafından kullanılabileceğini kaydeden Kılıç, şöyle konuşuyor: “2019 yılının son çeyreğinde kurulmuş yeni bir şirketiz. Önümüzdeki beş yılın sonunda, kullanıcı sayısı en az 200 bin olan, aylık cirosu iki milyon üzerinde bir şirket olmayı ve beşinci yıl içinde hizmet ihracatına başlamış olmayı hedefliyoruz.”

“200 kişilik ekibimizle evden çalışıyoruz”

Aylık 17 milyondan fazla ziyaretçisiyle Türkiye'nin en büyük uçak bileti sitesi olan Enuygun.com'un CEO'su Çağlar Erol, koronavirüs salgınının turizmi vurmasıyla zorlu bir sürece girdiklerini söylüyor. Herşeye rağmen 200 kişilik ekipleriyle evden çalışmaya devam ettiklerini anlatan Erol, “Öncelikli amacımız, bu zorlu dönemin ardından planlarımızı aynı hızla sürdürebilmek için tam olarak hazırlıklı olmak” diyor.



Koronavirüs salgınının belki de en fazla etkilediği sektör turizm oldu. Ülkelerin sınırlarını kapatmasıyla yurtdışı seyahatler durma noktasına gelirken, salgın nedeni ile yurt içi seyahatlerde de felç yaşanıyor. Kurduğu Cember.net'in XING tarafından satın alınmasının ardından 2008 yılında Enuygun.com'u hayata geçiren girişimci Çağlar Erol, bu sıkıntılı dönemi en az hasarla atlatabilmek için stratejik planlarını yaptıklarını söylüyor. Bir teknoloji şirketi olarak 1 gün içinde evden çalışma sistemine geçtiklerini kaydeden Erol, şirketin bu zor süreci nasıl geçirdiğini KOBİ Girişim'e anlattı.

Enuygun.com ne zaman kuruldu? Şirketinizin çalışma alanları neler?

Enuygun.com'u 2008 yılında internet kullanıcılarının farklı hizmet ve servisler için kendilerine en uygun fiyat seçeneklerini bulabilmesi amacıyla kurduk. Özellikle seyahat alanında hızlı bir şekilde büyüyen şirketimiz, bugün ayda 17 milyon ziyaretçisi, 6 milyonun üzerinde uygulama indirmesi ile milyonlarca internet kullanıcısının uçak bileti rezervasyonları için ilk adresi. İstanbul'da 3, Berlin'de 1 olmak üzere 4 ofisimizdeki 200'e yakın çalışanımızla global online turizm sektörünün önemli oyuncularından biri haline geldik. Bugün Türkiye'de her 100 yurt içi uçak biletinin yaklaşık 10'u

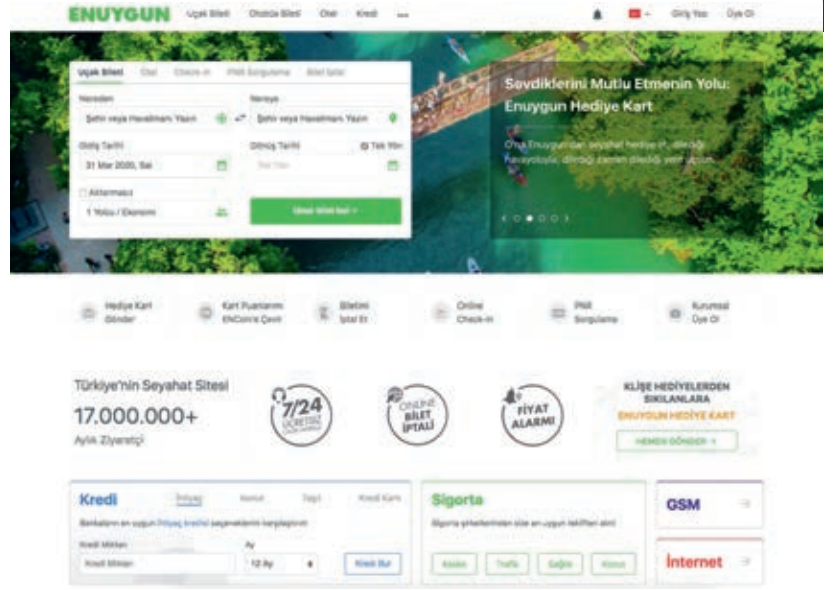
Enuygun.com üzerinden satın alınıyor. Wingie markasıyla Türkçe dışında 5 ayrı dilde, dünyanın farklı ülkelerinde binlerce seyahat severe uçak yolculuklarında hizmet veriyoruz.

Uçak bileti dışında hizmetleriniz de var mı?

Otobüs bileti satışına da 2019 yılının mayıs ayında başladık. 2020 yılında otobüs bileti satışlarımızı sadece Türkiye içindeki rotaları değil Avrupa içindeki rotaları da kapsayacak şekilde genişleterek uçak bileti olduğu gibi bu alanda da globalleşme çalışmalarımıza devam edeceğiz. Örneğin, 2020 yılında havaalanı olmayan Kırşehir'den yine havaalanı olmayan Pompei'ye gitmek isteyen bir kişi Enuygun.com'dan hem uçak bileti hem otobüs biletini alabilecektir. Ayrıca yine 2019 yılında otel servisini de hayata geçirdik. Hizmet verdiğimiz diğer tüm alanlarda yaptığımız gibi, bu servisimizde de kullanıcılarımızın kendileri için en uygun seçeneği, en doğru bilgilerle, en uygun fiyatla almalarını sağlamak için çalışıyoruz. Yeni girdiğimiz ve oldukça rekabetçi olan bu pazarda da ilk birkaç ayın sonunda çok güzel noktalara geldik. Bu segmentteki büyüme de oldukça memnuniyet verici. Seyahat eden kitle, aynı platform üzerinden güvendiği markadan güvenilir fiyatlarla otelini seçmeyi tercih ediyor. Önümüzdeki yıl uçak bileti, otel ve otobüs bileti alanlarında, hem bireysel kullanıcı tarafında, hem de Enuygun.com Kurumsal ürünle kurumsal firmalar tarafında hızlı büyüme grafiğimizi sürdüreceğimize eminiz.

Platformun nasıl çalıştığını anlatabilir misiniz?

Enuygun.com'da en çok övündüğümüz şeylerden biri güçlü teknoloji altyapımız. Platformumuzda herhangi bir uçuş araması yaptığınızda, birçok farklı havayolundan ve GDS (Global Dağıtım Sistemi) diye tanımlanan yapılardan anlık verileri alıyoruz. Bir güzergâh için onlarca farklı seçeneği çok hızlı bir şekilde bir araya getiriyor, hem fiyat hem de yer açısından en uygun seçenekleri kolayca görmenizi ve seçmenizi sağlıyoruz. Böylece hem birer birer araştırdığınızda belki de aklınıza gelmeyecek uygun seçenekleri görmenizi, hem de çoğu za-



“Yaşantımız er geç normale dönecek”

“Süreç oldukça zorlu. Bu zorlu dönemde planlı bir şekilde ilerleyerek, tüm dünyayı etkisi altında bırakan bu krizi en az etki ile atlatacağımızı umuyoruz. Yaşantımızın er ya da geç normal seyrine döneceğine yürekten inanıyoruz. Bu konuda bilim insanlarının açıklamalarını takip ediyor, buna göre iş hayatımızı da bu şekilde organize ediyoruz. Dileriz en kısa sürede tüm insanlık olarak koronavirüs konusunu kötü bir anı olarak geride bırakmış oluruz.”

man anlamlı fiyat avantajları yakalamamızı sağlıyoruz. Geçtiğimiz sene Türkiye'de ilk kez Enuygun.com olarak hayata geçirdiğimiz Akıllı Aktarma sektörü geleceğine yön verecek bir teknoloji. Akıllı Aktarma, geliştirdiğimiz teknolojiyle havayollarının anlaşmalarla bağlayamadığı uçuşların eşleştirildiği, böylece gitmek istediğiniz yere aktarmalı olarak yüzde 90'a varan fiyat avantajlarıyla ya da daha kısa sürede uçmanızı sağlayan akıllı bir teknoloji.

2020 hedefleriniz nelerdir?

2020'ye oldukça agresif büyüme hedefleriyle başladık. Ancak covid-19 tabii ki tüm dünya gibi bizi de etkiledi. Biz bu süreçte büyüme hedeflerimiz çerçevesinde ortaya koyduğumuz projelerimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Öncelikli amacımız, bu zorlu dönem ardından planlarımızı aynı hızla sürdürebilmek için tam olarak hazırlıklı olmak.

İnsanların evlerine kapandığı bu dönemde iş süreçleriniz nasıl işliyor?

Kovid-19 ile ilgili tüm gelişmeleri büyük bir hassasiyetle yakından takip ediyoruz. Türkiye'de ilk koronavirüs vakası görülmesi itibarıyla, 200 kişilik ekibimizle birlikte, evden çalışmaya başlayarak operasyonu-

muzu sürdürmeye başladık. Tüm ekibin evden çalışmasını sağlamak yalnızca 1 günümüzü aldı. Şimdi sadece 4 ofis olarak değil, 200 ayrı ofiste kaldığımız yerden kesintisiz hizmet vermeye devam ediyoruz. Tüm çalışanlarımızla toplantılarımızı bir süreliğine telekonferans ve video konferans şeklinde yapıyoruz. Bir teknoloji şirketi olmanın avantajını bu şekilde kullanıyoruz.

Yeni dönemde seyahat alışkanlıklarında nasıl bir değişim bekliyorsunuz?

Koronavirüs sebebiyle insanların seyahat etmeye çekindikleri bir dönemdeyiz. Hayatımız normale döndükten sonra da bu çekincelerinin bir süre daha devam edeceğini öngörüyoruz. Ancak seyahat çok temel bir ihtiyaç. Bu zorlu dönemin ardından insanların, daha tedbirli şekilde de olsa, seyahat etmeye yeniden başlayacağına ve sektörün uzun zamandır sürdürdüğü büyüme trendine bu aradan sonra devam edeceğine inanıyoruz. Bir süre için tüm dünyadan insanların yurt dışı tatillerini ertelemesi ve kendi ülkelerinde tatil yapmaları daha büyük olasılık olarak karşımıza çıkıyor. Ancak hepimizin umduğu gibi koronavirüse karşı etkili aşı ve tedavilerin geliştirilmesinin ardından bu trendin de değişeceğine eminiz.

Şirket indirimlerini tek platformda birleştirdi

Fatih GÜDÜL'ün kurduğu Kodio, 360 derecelik bir indirim platformu. Kodio'da her sektörden şirket kendi kampanyasını oluştururken, tüketiciler tek bir platformdan bu indirimlere ulaşabiliyor. Kodio'nun CEO'su Fatih GÜDÜL, yıl sonuna kadar 100 bin kişinin uygulamayı indirmesini hedeflediklerini söylüyor.

Rekabetin giderek kızıştığı pek çok sektörde müşteri bağlılığı yaratmak şirketlerin en önemli gündem maddeleri arasında yer alıyor. Son dönemde müşteri bağlılığını sağlamanın en önemli yollarından biri olarak sadakat programları öne çıkıyor. Şirketler sadakat kartları, sadakat uygulamaları, kampanya ve indirimlerle fark yaratmaya çalışıyor. Kodio da bu süreçte şirketlere ve tüketicilere çözüm sunan bir indirim platformu... Anadolu Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü mezunu genç bir girişimci olan Fatih GÜDÜL'ün geliştirdiği Kodio, her sektörden şirketin kendi kampanyasını oluşturmasına ve tüketicilerin tek bir platformdan bu indirimlere ulaşabilmesine imkan tanıyor.

Eskişehir'de okurken öğrencilik yıllarında şirketlere yazılım geliştirmeye başlayan GÜDÜL, 2011 yılında İstanbul'a gelerek oyun, e-ticaret ve ödeme sistemleri gibi farklı sektörlerde yöneticilik yapıyor. Bu süreçte Türkiye'de şirketlerin indirim ve kampanya programlarının yeterli olmadığını fark ediyor. Türkiye'de her dört kişiden üçünün sadakat programlarından faydalandığını söyleyen GÜDÜL, "Amerika'da bu oran yüzde 98. Türkiye'de her şirketin ayrı bir

Sistem nasıl çalışıyor?

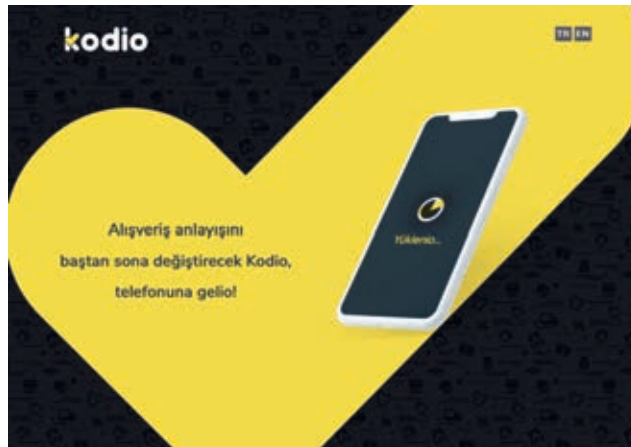
- Kodio'nun kurumsal ve bireysel olmak üzere iki farklı uygulaması var. Şirketler kendilerine özel uygulamayı indirdikten sonra istedikleri kampanya, indirim bilgilerini yüklüyorlar. Bu sırada Kodio'nun yapay zekasını kullanıyorlar.
- Tüketiciler için bir ücret talep etmeyen Kodio'nun uygulamasını indirdiğiniz an, uygulamadaki 50'nin üzerindeki kategorideki binlerce firmaya ulaşabiliyorsunuz.
- firmanın tüketiciye özel indirim kodları, Kodio üzerinden iletiliyor.
- Herkesin kendi özel cüzdanı oluyor ve kodlar burada birikiyor. Tüm indirimleri bu platform üzerinden takip edebiliyorsunuz. İstedığınız zaman kodları kullanabiliyorsunuz.

uygulaması var. Tam olarak doğru kampanyalar yapılmıyor. Çok fazla uygulama olması tüketici açısından da sıkıntı yaratıyor. Biz hem firmalara hem kullanıcılara yol göstermeyi hedefliyoruz" diyor.

Kodio, kurumlar ve tüketiciler için iki farklı uygulama sunuyor. Tüm firmalar bu sistem sayesinde kendi kampanyalarını hazırlayıp müşterilerine gönderebiliyor. Bu süreçte uygulama isteyen şirketlere kampanya konusunda yönlendirme yapabiliyor. GÜDÜL, "Yapay zekayla çalışan sistem sayesinde kampanya yapmayı bilmeyen şirketler öğrenme imkanı buluyor. Bilenler de daha iyi yapabiliyor" diyor.

Hedef 100 bin indirme

İstenilen kampanyanın istenilen kullanıcıya ulaşmasını hedefleyen Kodio, şu an demo olarak hizmet veriyor. Platform iOS ve Android uygulama marketlerinden çok yakında indirilebilecek. Yıl sonuna kadar 100 bin indir-





menin gerçekleşmesi hedefleniyor. Dört kişilik bir ekiple yola çıkan Kodio, yıl sonuna kadar 15 kişilik bir kadroyla yoluna devam edecek. Satış ve pazarlama tarafında uzman isimlerin ekibe katılması planlanıyor.

Uygulama için bir ücret talep etmeyen Kodio'nun sistemi gayet basit. Telefonunuza Kodio uygulamasını indirdiğiniz an, uygulamadaki 50'nin üzerindeki kategorideki binlerce firmaya ulaşabiliyorsunuz. Her firmanın tüketiciye özel indirim kodları, Kodio üzerinden iletiliyor. Kodlar cüzdanınız

da birikirken, istediğiniz zaman kodları kullanabiliyorsunuz. GÜDÜL, Kodio'nun amacının her sektörden her satıcının indirim yapmasını ve bunu cep telefonunda Kodio uygulaması olan her bir kişiye duyurmak olduğunu belirtiyor.

Şirketin gelirini ise şirketlerden alacağı ücretlerden gelecek. Firmaların uygulamayı kullanma oranlarına göre farklı paketler sunulacak. Kodio, önümüzdeki günlerde kullanıma açılacak ve Türkiye lansmanı eylül ayında gerçekleştirilecek. Sadakat uy-

gulamalarına yeni bir soluk getiren uygulama, yine yıl sonuna kadar 100'ün üzerinde sektörü Kodio çatısı altında bir araya getirmeyi hedefliyor. Bu uygulamada yer alan firmalar kendi indirimlerini kendileri yaratacaklar ve istedikleri herkese ulaşabilecekler. Kodio tüm bu özellikleri kullanıcılarına sunarken gizlilik ve kişiselleştirilebilirlik yönlerini de ayrıca vurguluyor.

Hali hazırda hazır giyim, turizm gibi sektörlerde anlaşmalar yaptıklarını söyleyen GÜDÜL, "Her firma kendi eko sistemini yaratmaya çalışıyor ama sadakat programlarında farklı gruplar oluşuyor. Müşteri takip edemiyor. Tek bir platform bunları tek bir çatı altında toplayarak karışıklığı ortadan kaldırmayı hedefliyoruz. Biz diğer uygulamaları kendimize rakip olarak görmüyoruz, iş ortağı olarak görüyoruz" diye konuşuyor.

Yapay zeka kullanıyor

Kodio'nun en büyük özelliği, firmaların istedikleri indirim istedikleri hedef kitleye yapma fırsatı sunması. GÜDÜL, günümüzde yüzde 100 hedeflemenin hâlâ yapılamadığının yüzde 100 satış için Kodio'nun önemli platform olduğunu belirtiyor. Kodio'nun arkasındaki yapay zeka, hem firmayı hem piyasayı hem de müşteriyi en iyi şekilde analiz ederek ilgili kişilere doğru şekilde ulaştırıyor. Kodio, firmalara ulaşacakları insanları diğer firmaların ulaştıkları aynı kitleyi değil, her firmanın her sektörün doğru kitleye ve doğru kişiyi ayırt ederek ulaşmasının garantisini veriyor.

GÜDÜL, firmaların istediği hedef kitleye ulaşacağı için herkesin kendisini özel hissedeceği bir platform sunduklarını söylüyor. Kodio'nun hedefinde yurtdışına açılmak da var. Şirketin Avrupa ve Ortadoğu pazarına açılmak için altyapısı hazır durumda. 2021 yılında yurtdışına açılmayı planlayan şirket, özellikle sağlık turizmi gibi sektörlerde fark yaratmayı hedefliyor.

Şirket yatırımcıların da markasına girmiş durumda. Şu an kendi özsermayeleriyle büyüdüklerini söyleyen GÜDÜL, "Finansal desteğe reklam ve pazarlama tarafında ihtiyacımız olacak. Yatırım gruplarıyla görüşüyoruz. Bir veya iki sonraki yatırımcımızın yabancı olmasını hedefliyoruz" diyor.

“KKTC ile işbirliğini geliştireceğiz”

6 bin 500 m2’lik kapalı alanı ile ön kuluçka girişimcilere ve AR-GE faaliyetlerini yürüten işletmelere ev sahipliği yapan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi, yurtdışında daha etkin hale gelmeye hazırlanıyor. Teknoparkın genel müdürü Özgür Durmaz, “Mersin Teknopark firmaları KKTC’de uluslararası şubelerini açmak suretiyle iki ülke arasında işbirliklerini geliştirmeyi sürdürecekler” diyor.

“Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Endeksi’nde” Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi tüm teknoparklar arasında 5’inci, olgun teknoparklar arasında son üç yılda olduğu şekilde 4’üncü sırada yerini alan Mersin Teknopark, yaklaşık 6 bin 500 m2’lik kapalı alanı ile ön kuluçka girişimcilerin ve AR-GE faaliyetlerini yürüten işletmelere ev sahipliği yapıyor. 179 AR-GE firmasına ev sahipliği yapan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde geçtiğimiz yıl 150 milyon TL ciro gerçekleşti. 35 milyon dolardan fazla da ihracat yapıldı. Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi Genel Müdürü Özgür Durmaz, “Mersin Teknopark ve ODTÜ KALTEV ile yapılan protokol çerçevesinde, Mersin Teknopark firmaları KKTC’de uluslararası şubelerini açmak suretiyle iki ülke arasında işbirliklerini geliştirmeyi sürdürecekler. 2020 yol haritası dâhilinde Bahreyn, Singapur ve Güney Kore başta olmak üzere uluslararası işbirliği ziyaretleri ve B2B görüşmeleri planlamaları yapıldı” diyor.

Durmaz, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Mersin Teknopark hakkında bilgi vermisiniz? Teknoparkınız ne kadar büyüklüğe ulaştı?

2009 yılından bu yana, Mersin Üniversitesi Çiftlikköy Kampusu içerisinde 50 dönümlük alan üzerinde faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Teknoparkımız, yaklaşık 6 bin



ÖZGÜR DURMAZ

500 m2'lik kapalı alanı ile ön kuluçka girişimcilerin ve AR-GE faaliyetlerini yürüten işletmelere ev sahipliği yapıyor. Yeni binalar için yatırım planları yapıyor, yatırımcılarla da görüşmeler devam ediyor. 179 AR-GE firmasına ev sahipliği yapan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin 2019 yılında ki 96 firmasının sektörel dağılımı yüzde 65 bilişim teknolojileri, yüzde 11 makine, yüzde 6 tıp, yüzde 3 elektronik ve medikal, yüzde 2'ser gıda, biyoteknoloji ve kimya, yüzde 1'er otomotiv, savunma sanayi, mekatronik, tarım ve enerji şeklinde.

Su an 85 teknopark arasında kaçınıcı sıradasınız?

"Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Endeksi'nde" Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi tüm teknoparklar arasında 5'inci, olgun teknoparklar arasında son üç yılda olduğu şekilde 4'üncü sırada yerini alarak büyük bir başarıya daha imza attı.

M2 fiyatları hakkında bilgi verir misiniz?

2020 tarihi itibarı ile ofis kirası 25 bin TL + KDV, işletme gideri ise 12 bin TL + KDV olarak belirlendi..

2019 yılında şirketlerin gerçekleştirdiği tahmini toplam ciro ve ihracat nedir?

2019 yılı itibarı ile Mersin Teknopark bünyesinde ticarileştirilen bilgi sayesinde elde edilen yurtiçi kazanç 150 milyon TL'ye ulaştı. Yine 2019 yılı itibarı ile Mersin Teknopark bünyesinde ticarileştirilen bilgi sayesinde ihracat rakamı; 35 milyon doları aştı. Firmalarımız 100'ün üzerinde ülkede katma değerli ürünlerinin satışını gerçekleştirdi.

Bu yıl gerçekleştirilecek 5 proje

1 Altı ülkeden ortaklarla yürütülen Erasmus+ MENTECH projesi mentorlük programıyla ön kuluçka ve kuluçkalarda yer alan girişimciler için sistematik mentörlük hizmeti sunulacak.

2 ABD Büyükelçiliği Hibe Programı Kapsamında hazırlanan "Türkiye'deki Teknoloji Girişimciliğinin Güçlendirilmesi İçin Transatlantik İşbirliği Projesi" ile Mersin'de yaşayan teknoloji girişimcilerinin Silikon Vadisi'nde yer alan mentorlardan destek alarak global iş hayatına başarılı bir adım atılması hedefleniyor.

3 'Dijital Oyun Tasarımı Projesi' ile Mersin Teknopark, Mersin Büyükşehir Belediyesi, İŞKUR ve MeÜ ortaklığında düzenlenecek eğitim, çalıştay ve e-spor etkinliği ile Dijital Oyun Tasarımı Teknopark firmaları ve alanında sektörün ihtiyacını karşılayacak insan kaynağının sağlanması amaçlanıyor.

4 Erasmus+ Sector Skills Alliances 2020 kapsamında hazırlanmakta olan ve 2020-2022 yılları arasında sürmesi öngörülen proje ile bilişim sektöründe işgücü piyasasının duyduğu sektörel beceri ihtiyaçlarına cevap verebilirliğin artırılması hedeflenirken, bu alanda mesleki eğitim ihtiyaçları analiz edilecek ve yeni bir müfredatın oluşturulup yaygınlaşması sağlanacak.

5 EASI- Sosyal Girişimler İçin Finans Piyasalarının Gelişimini Arttırmaya Yönelik Eylemler Projesi, bilişim sektöründe piyasa değerlendirmeleri, yatırımcı çekmeyi amaçlayan pazarlama ve ağ oluşturma faaliyetleri, eğitim faaliyetleri ve kapasite geliştirme faaliyetlerini içeriyor.

tirdi.

2020 yılında büyüme planlarınıza ilişkin yapacağınız yatırımlar hakkında bilgi verir misiniz?

Mersin Teknoloji Bölgesi alanında yer alan bin m2'lik bir yapı içerisinde Teknoloji Üretim Merkezi (Fab-Lab), Uluslararası Ticarileşme ve Mentorluk Merkezi, Teknoloji Fuaye Alanı ile yüksek kapasiteli bir Veri Merkezi'nden oluşan bütüncül bir merkezin kurulmasını içeriyor.

2020 yılında kaç yeni şirkete ev sahipliği yapmayı hedefliyorsunuz?

2020 yılı itibarı ile kuluçka bina inşaatımızı hayata geçirebilirsek mevcut 100 civarı girişimcimize ek olarak 31 yeni girişime daha ev sahipliği yapabileceğiz. Ön kuluçka süreçlerinde teknoparkımızda yer olmasa da diğer teknoparklara şirket kurulumu için girişimcileri yönlendirmeye devam edeceğiz.

Yurtdışına yönelik projelerinizi öğrenebilir miyiz?

Mersin Teknopark ve ODTÜ KALTEV ile yapılan protokol çerçevesinde, Mersin Teknopark firmaları KKTC'de uluslararası şubelerini açmak suretiyle iki ülke arasında işbirliklerini geliştirmeyi sürdürecekler. 2020 yol haritası dâhilinde Bahreyn, Singapur ve Güney Kore başta olmak üzere uluslararası işbirliği ziyaretleri ve B2B görüşmeleri planlamaları yapıldı. Firmalarımız adına uluslararası ofis kullanımını sağlamak, arttırmak ve etkinleştirilebilmek üzere işbirlikleri, iyi niyet anlaşmaları sözleşmeler yapılmaya devam ediliyor.



Hedefi 2020 sonunda 500 bin kullanıcı

Dünyada mobil sağlık çözümleri pazarı 50,8 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmış durumda. Türkiye'de ise pazarın 340 milyon dolar civarında olduğu tahmin ediliyor. Son yıllarda mobil uygulamalara talebin artması bu alana yönelik yeni yatırımlar yapılmasını sağlıyor. Fiziksel sağlığı korumaya ve tedavi etmeye yardımcı bir egzersiz uygulaması olan Moovbuddy de bunlardan biri.

Şirket ilk olarak Güner Bayram tarafından 2017 haziran ayında Vexrob olarak kuruldu. Vexrob doktor ve fizyoterapistlerin hastalarına egzersiz programı oluşturdukları bir fizik tedavi uygulamasıydı. Bayram, daha sonra pazardaki eksikliği görerek son kullanıcıya yönelik MoovBuddy'yi yaratmaya karar verdi. MoovBuddy, son kullanıcının bir doktora bağlı olma gerekliliğini ortadan kaldırıyor. MoovBuddy'nin kurucusu Güner Bayram, "Doktoru ya da fizyoterapisti olmadan da bir kişi egzersiz programına (tıbbi olarak tanınan olmayan egzersiz programları) kaydolabilir. Biz de uygulamamızla bunu sağladık" diyor.

Günlük öneriler yapıyor

Moovbuddy fiziksel sağlığı korumaya ve tedavi etmeye yardımcı bir egzersiz uygulaması. Bel, boyun ağrılarını azaltmak isteyen, omuz, diz, kalça gibi bölgeler için bölgesel güçlendirme yapmak isteyen ya da postürünün düzeltmek isteyen herkes için tecrübeli doktor ve fizyoterapistlerin deneyimleri ile hazırladıkları egzersiz protokolleri bulunuyor. MoovBuddy yalnızca bir egzersiz

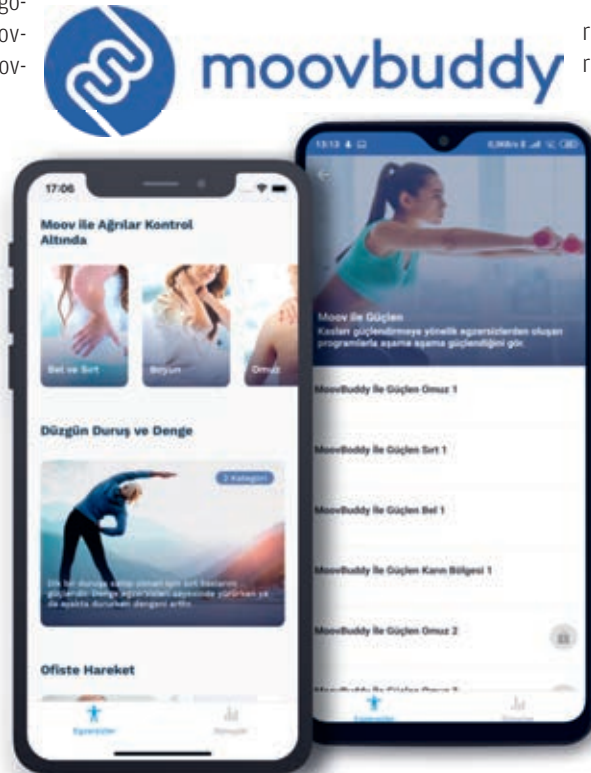
Türkiye'de büyüklüğü 340 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilen mobil sağlık çözümleri pazarına yeni oyuncular giriyor. Fiziksel sağlığı korumaya ve tedavi etmeye yardımcı bir egzersiz uygulaması olan Moovbuddy de bunlarda biri. Şirketin kurusu Güner Bayram, "20 bin kullanıcımız var. Yıl sonunda hedef bunu 500 bin yapmak" diyor.

uygulaması olarak kalmayıp kullanıcılarını bu süreçte bilgilendiren ve motive eden bir arkadaş rolünde aynı zamanda. Kullanıcı-

lar MoovBuddy'den kendi istedikleri zamanlarda hatırlatmalar alabiliyor, gelişme ve ağrı durumlarının takibini yapabiliyor.

MoovBuddy, kullanıcı analiz ve durumuna göre kendilerine günlük önerilerde bulunuyor. Tüm bunlarla birlikte kullanıcılar MoovBuddy'de amaçlarına yönelik spesifik egzersizlere kaydolabiliyor, aşama aşama ilerleyerek gelişimini devam ettirebiliyorlar. İçerik olarak benzer egzersiz uygulamalarında bulunmayan çok özgün içerikler olduğunu söyleyen Bayram, "Uzun yolculuk egzersizleri, kadın sağlığı ve gamer egzersizleri gibi çok spesifik programların bulunması ise fiziksel sağlık alanındaki holistik yaklaşımımızı gösteriyor" diyor.

Bunun yanı sıra doktor ve fizyoterapistler uygulamaya kaydolup hastaları için egzersiz programı oluşturabiliyor. Yine kendi uzman ara yüzlerinden hastalarının takibini yapıp iyileşme sürecini görebiliyorlar. Bu sayede fizik tedavi süreçlerinin takip edilebilir ve daha verimli geçmesini hedefle-



GÜNER BAYRAM



diklerini belirten Bayram, doktorların hastaları için oluşturduğu programlarda hastaların yüzde 90'nın ağrısını azalttığını söylüyor.

Abonelik sistemi var

MoovBuddy, Freemium diye adlandırılan sınırlı kullanım için ücretsiz sınırsız kullanım için ise aylık abonelik gerektiren bir modele sahip. Kullanıcılar uygulama içi satın alma yaparak MoovBuddy'nin tüm özelliklerine ve içeriklerine erişebiliyorlar.

MoovBuddy'yi global bir iş modeli olarak tasarlayan Bayram, "2020 yılının başında kullanıcı ile buluşturduk ve hem global pazarda hem de yurt içi pazarında bu sene sonuna kadar yüzde 1000'lik bir büyüme hedefliyoruz" diyor. Hali hazırda 20 bin kullanıcısı olan şirketin sene sonunda hedefi bu rakamı 500 bine çıkartmak. Henüz bir yatırım almayan girişimci, yatırım için görüşmeler yürütüyor.

MoovBuddy ile sağlık alanını dönüştü-

3 kişiden birinin beli ve boynu ağrıyor

Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre her 3 kişiden 1'i bel ve boyun ağrılarından muzdarip. Bu kişiler yılda 11 gün iş yerlerinden izin alıyor. Bu durum en başta kişinin yaşam kalitesini negatif etkiliyor, sonra da hem kişinin kendisine hem de sağlık sisteminin paydaşlarına yüksek maliyetlere sebep oluyor. Bu sağlık problemleri; oturma, yatma, telefon kullanımı, vb. ile ilgili yanlış alışkanlıkların önüne geçerek ve doğru egzersizlerle önlenabiliyor.

Bu sayede ilaç tüketimi, tıbbi görüntüleme ve ameliyat sayıları azaltılabilir. Bayram, "Bir sayı verecek olursak sağlık alanında yapılan harcamaların tamasal sıralamasında kas-iskelet sistemi kaynaklı rahatsızlıklar ikinci sırada geliyor. Birinci sırada kalp ve damar sağlığının da bulunduğu dolaşım sistemi geliyor. Tedavisinin çok maliyetli olduğunu bildiğimiz kanser ise bu sıralamada altıncı sırada yer alıyor" diyor.

ren oyuncularından biri olmayı hedeflediklerini söyleyen Bayram, "Biz fiziksel sağlığı konu aldık, çünkü bu alanda büyük bir ihtiyaç görüyoruz" diyor. Son 30 yılda dünya nüfusu yüzde 50'lik artış ile 5,3 milyar civarlarından 7,9 milyara geldi. Yine 30 yıl önceki durumda 65 yaş üstü nüfusun toplam nüfusa oranı yüzde 6 iken bugün yüzde 9. Sağlık personeli ve hizmet sağlayıcılarına bakıldığında bu rakamlara eş bir artış olmadığını söyleyen Bayram, "Dünya Sağlık Örgütü'nün bu konuda önemli çağrılarını buluyor. Buradan şunu anlıyoruz daha sağlıklı yaşamak için sağlığımızı korumalı, yaşam tarzımızı sağlıklı yaşama adapte etmemiz gerekiyor. Omurga sağlığı da en önemli koruyucu sağlık önlemlerinin alınması gereken konulardan birisi. Günümüz yaşam koşulları bunu her geçen gün daha zorlaştırıyor. Masa başı çalışmalar, uzun süre akıllı telefon ve klavye kullanımları gibi Bunların hepsi birçok rahatsızlığa davetiye çıkarıyor. MoovBuddy bu noktada kullanıcıları koruyan, doğru yönlendiren, egzersize teşvik eden bir arkadaş" diyor.

Hikayeli halılarla 12 ülkeye ihracat yaptı

Çocuğunuzun yaptığı resmi haliya dokutmak ve odasına sermek ya da kişisel hikayenizle özel hazırlanmış bir halının salonunuzda olmasını ister misiniz? Mekanlarındaki halının benzersiz olmasını isteyenlere hizmet veren Elly Concept halıları kişiselleştiriyor. Bir kadın girişimci olan Şeyda Elif Çakmak tarafından kurulan Elly Concept, bugün dünyanın 12 ülkesine ihracat da yapıyor.

Her insanın genetiği, yetiştirme tarzı, deneyimleri, bakış açısı farklıdır. Ve bu farklılığı evine de yansıtır. Çünkü evi insanın en özel kişisel mekanıdır. Burada duygularını ve hatıralarını depolar. Dolayısıyla herkesin evi kendine özeldir. Kimi seçtiği daireyle, kimi dekorasyonu ile farklılaştırmak, kendine özel yapmak ister evini. Dekorasyonda kişiye özel ürünlerle farklılaşmak isteyen pek çok kişi bu doğrultuda mobilyalarını yaptırabiliyor. Ancak halıda bu pek de mümkün değil. Aynı markaları tercih edenlerin evinde genelde benzer ürünler oluyor. Fakat evini kişiselleştirmek isteyenler, halılarının da kişiye özel olmasını, kendini yansıtmasını istiyor. İşte bunu gören girişimci Şeyda Elif Çakmak, Elly Concept'le kişiye özel olarak farklı konseptlerde halı tasarımı yapıyor. Bu ürünleri dijital platformlarda dünyanın farklı ülkelerine satan Çakmak, yakın zamanda İstanbul Anadolu yakasında açtığı mağaza ile online işi- ni offline'a da taşıması oldu.

Halicilikle tanışma hikayesi

Şeyda Elif Çakmak, aslen Hataylı. Profesyonel iş hayatı boyunca iletişim alanında Türkiye'nin farklı şehirlerinde birbirinden farklı sektör ve şirketlerde çalışmış. Halıcılık ve halı tasarımı işiyle tanış-

ŞEYDA ELİF ÇAKMAK



ması ise son olarak pazarlama müdürü olarak çalıştığı Gaziantep'te büyük bir halı markası sayesinde olmuş. Gaziantep'e geldiğinde kimseyi tanımadığı için pek sosyalleşme fırsatının olmadığını ve bolca boş zamanı olduğunu söyleyen Çakmak, o dönem halı tasarımı konusunda eğitim aldığını ve fuarlar sayesinde yurt dışındaki trendleri yakından takip etme fırsatı bulduğunu anlatıyor.

Türkiye'de olmayan bir dokuma tekniği olan Tufting tekniğiyle tam da o dönem tanışan Çakmak, bu teknik sayesinde standart makine halısının dışına çıkılabileceğini görüyor. Çalıştığı şirkete bu tekniği anlatıyor ve bu teknikle farklı ürünler üretiyor o marka. Ancak marka yüksek adetli çalıştığı için ürünler hazırlanan koleksiyonların dışına çıkmıyor yani pek de kişiselleştirilemiyor. Çakmak tam bu dönemde, 2014'te kendi şirketini kurma kararıyla çalıştığı kurumdan ayrılıyor. Kişiye özel halı markası yaratmak için yola çıkan Çakmak, bu halıları online satma kararı alıyor. Önce Tufting tekniğiyle dokuma yapmaya başlayan üreticileri buluyor. Hatay'da yerleşik aile şirketleri Ganiogulları bünyesinde kendi markası olan Elif Konsept'i yaratıyor.



İlginç siparişler

Pek çok halı tasarladıklarını belirten Şeyda Elif Çakmak, aldıkları ilginç siparişleri şöyle anlatıyor: "Almanya'daki bir mimar müşterim eski bir basketbolcunun yatak odası için bir halı istediğini söyledi. Bu basketbolcu kalbinde bir problem çıktığı için basketbolu bırakmak zorunda kalmış. Dekorasyonun çok sade olduğu kişinin ise çok hassas bir insan olduğu ve ismin eski popülerlikte olmamasına da üzüldüğü söylendi. Ona 'U' şeklinde bir halı tasarladık. Yatağın altına girmiyor. Alt kısmında sağlıklı kalp ritmi onun baş harflerine denk geliyor ve bu ritim sonsuzluğa gidiyor. Yine bir beyin cerrahı için halı yaptık. Ona salonu için halı yaptık, yemek masasının altından çıkan kıvrımlar beyindeki damar kıvrımlarını andırıyordu. Her gelen misafirine de bunu anlatıyordu."

İlham kaynağı müşterileri

Elif Konseptte kilimler 210 -830 TL arasında değişiyor, özel tasarım halıların metrekaresi bin 500 TL civarındayken özel tasarım patchwork halılarda metrekaresi 500 liradan başlıyor. Adınızı, istediğiniz figürü halıya dokutabiliyorsunuz. Bir başka ilginç ayrıntı ise halıların alışıldığı üzere kodlarının olmaması. Şeyda Elif Çakmak, ilham kaynaklarının müşterileri olduğunu ve dolayısıyla da halılara kod yerine o tasarımı ilk kimin için dokunursa onun ismiyle o tasarımın anıldığını söylüyor.

Ürün gamı genişletildi

Kendi tasarımlarını yaparak bunları Instagram'da satmaya başlıyor. Hangi mekan için halı yapılacaksa ölçüleri, kapının açılış yönü gibi pek çok detaya göre kişiye özel dokunuyor. Ölçüm metotlarını müşteriye verdiğini, desene birlikte karar verdiklerini ve müşteri onayladıktan sonra o halının dokunduğunu söyleyen Çakmak, sonra çift taraflı kilim üretmek için de harekete geçiyor. Kilimlerin daha uygun maliyetli ve kolay temizlenir olduğunu belirten Çakmak, ardından ürün gamına patchwork ürünleri de ekliyor. Daha sonra ise puf satışına da başlanıp aksesuar işine de giriliyor.

Elif Konsept tasarımı olan halıların taklit edildiğini söyleyen Çakmak, bunun önüne geçmek için tasarımları olan halıları tescil ettirdiklerinin de altını çiziyor. İtalya, Azerbaycan ve İngiltere'de otellerin kral daireleri ve lobileri için halı hazırladıklarını söyleyen Çakmak bu müşteriler için ağırlıklı iç mimarlarla çalıştıklarını ifade ediyor. 2016-2017 yılında marka için sevindirici bir gelişme oluyor ve Ekonomist'in Anadolu Markaları yarışmasında ilk yıl jüri özel ve ikinci yıl ikincilik ödülünü alıyor Elif Konsept.



Hedefte perde ve dekorasyon ürünleri var

Yurtdışında ilk Almanya'ya satış yaptıklarını ardından diğer ülkelerin geldiğini söyleyen Çakmak, Amerika'dan Azerbaycan'a kadar 12 ülkeye satış gerçekleştirdiklerinin üzerinde duruyor. İki yıl önce satışların yüzde 50'si yurtdışına yaptıklarını ve yabancıların markayı tam telaffuz edemediğini ve kendisine de Elly demesi üzerine yurtdışı satışları

için farklı bir marka daha oluşturuyor: Elly Concept.

Geçen Kasım ayında ise Hattena şirketini kurup, aile şirketinden bu şirkete taşıyor markaları. Hattena'nın Hatay'ın ilk isimlerinden biri olduğu için seçtiğini anlatan Çakmak, Mart ayında ise ilk mağazasını Hattena Design House olarak açtı. Bu mağaza dışında bayileri olduğunu ve bayi ağını önümüzdeki dönemde geliştireceklerini söyleyen Çakmak, hedeflerinin halı dışında perde ve dekorasyon işine girmek olduğunu, kendilerine özgü tasarımlarla fark yaratmaya hazırladıklarını anlatıyor.



“Türkiye, 19 ülke içinde en hızlı büyüyen oldu”

Storytel, üyelerine binden fazla Türkçe ve 65 bin İngilizce sesli içerik ile 50 bin e-kitaba sınırsız erişebilme olanağı sağlıyor. 2019’da Türkiye’de Storytel üzerinden 2018’e göre yüzde 315 artışla 4,5 milyon saat sesli kitap dinlendiğini belirten Storytel Türkiye Ülke Müdürü Berk İmamoğlu, “Türkiye, 19 ülke içinde en hızlı büyüyen oldu. Dinleme sürelerini 2020’de en az yüzde 50 artıracamız ve sesli kitap kataloğunu büyüteceğiz” diyor.

Günümüzde basılı bir kitabı okurken zamansızlık nedeniyle bitirememekten şikâyetçi kitlenin sayısı gittikçe artıyor. Kendisi de bu kitlenin bir parçası olan Berk İmamoğlu, “Keşke kitabın sesli hali olsaydı ve yolda veya başka bir işle ilgilenirken de dinleyebilseydim” diyerek 2014’te Seslenen Kitap’ı kuruyor. 2005’te İsveç’te kurulan, bugün 450 çalışanıyla 19 ülkede faaliyet gösteren Storytel’in Mayıs 2018’de satın aldığı Seslenen Kitaplar, bugün yola Storytel Türkiye olarak devam ediyor.

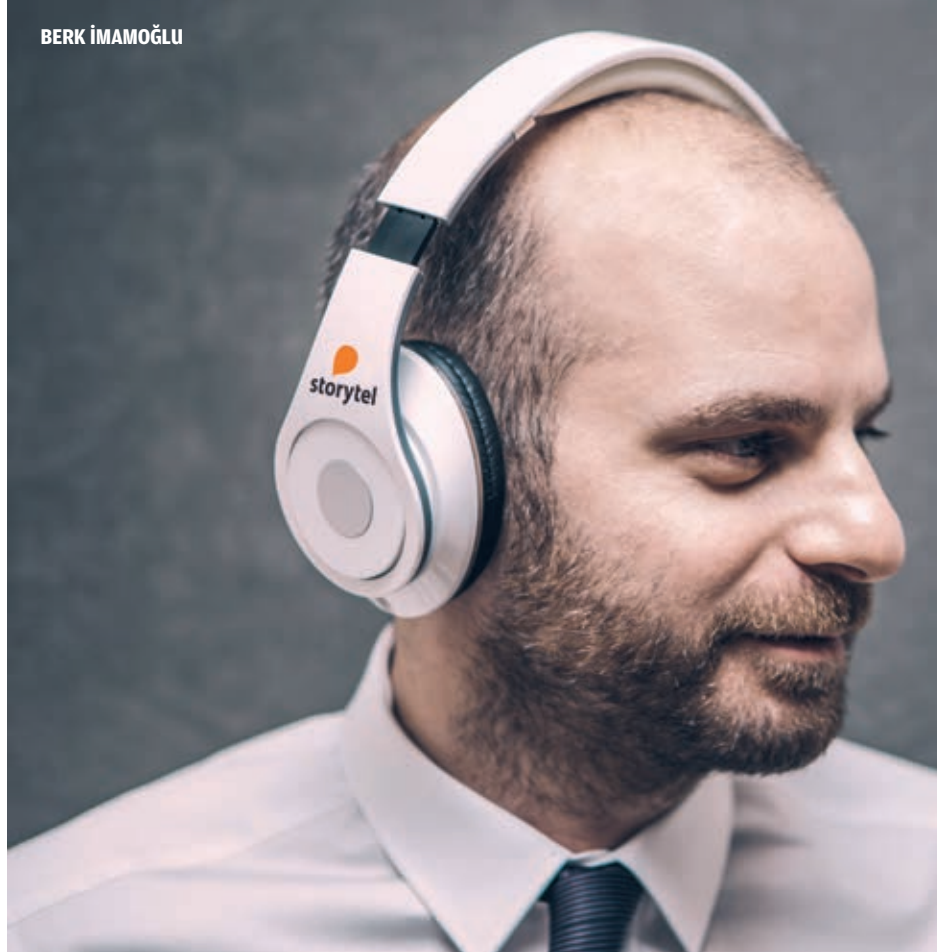
Storytel Türkiye Ülke Müdürü Berk İmamoğlu, tüm kitapseverlerin Storytel’e aylık abonelik ücreti karşılığında üye olabileceklerini, platformdaki Türkçe ve İngilizce kitapları dinleme fırsatı elde edebileceklerini söylüyor. 2019 sonu itibarıyla Storytel’in 19 ülkede toplam abone sayısının 1,1 milyona ulaştığını aktaran İmamoğlu, Türkiye’nin tüm Storytel ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ülke konumunda olduğuna da değiniyor.

Berk İmamoğlu ile Storytel Türkiye’nin okuyuculara sağladığı avantajları ve 2020 ajandasında öne çıkan başlıkları konuştuk:

Storytel’i tanıyabilir miyiz?

2005’te Jonas Tellander ve Jon Hauks-son tarafından, Bokilur adıyla kurulan Storytel, İsveç’te piyasadaki sesli kitapları yenilikçi bir abonelik sistemiyle kullanıcılara ulaştırıyor.

BERK İMAMOĞLU



tırmak amacıyla hayata geçti. Bugün 450 çalışanıyla 19 ülkede faaliyet gösteren, Nasdaq'ın İskandinav kolu olan First North borsasına açık Kuzey Avrupa'nın lider sesli kitap şirketi olan Storytel, dijital platformunun yanı sıra aynı zamanda kapsamlı bir yayın grubu.

Kaç ülkede faaliyet gösteriyorsunuz?

Genel merkezi İsveç/Stockholm'de bulunan Storytel olarak 19 ülkede faaliyetlerimizi yürütüyoruz. Bu ülkeler; İsveç, Norveç, Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Almanya, Rusya, Hollanda, Polonya, İspanya,

Türkiye'de en çok dinlenen ilk 10 kitap

Berk İmamoğlu, Türkiye'de dinleyicilerin en çok tercih edilen basılı kitapların sesli halini Storytel'de görmek istediğini kaydediyor. İmamoğlu, Storytel üzerinden 2019'da Türkiye'de en çok dinlenen ilk 10 kitabı; "Harry Potter Serisi", "Sapiens", "Bir Ömür Nasıl Yaşanır", "Ustalık Gerektiren Kafaya Takmama Sanatı", "Kürk Mantolu Madonna", "Serenad", "21. Yüzyıl için 21 Ders", "Homo Deus", "Saatleri Ayarlama Enstitüsü" ve "İçimizdeki Şeytan" olarak sıralıyor.

İtalya, Türkiye, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Bulgaristan, Singapur, Meksika, Brezilya ve Güney Kore.

Storytel, Türkiye'de ne zamandan bu yana var?

Storytel, Türkiye'ye 2017'de Seslenen Kitap'ın tüm hisselerini satın alarak giriş yaptı. Seslenen Kitap, 2013'te iki ortak olarak kurduğumuz ve 2014'te lansmanını yaptığımız, mobil uygulamalar üzerinden çalışan Türkiye'nin ilk sesli kitap dükkânı. Satışın ardından Mayıs 2018 itibarıyla, Türkiye'yi sesli kitap konusunda önemli bir pazar haline getirmeyi amaçlayan Storytel olarak devam ediyoruz.

Hedef kitleniz kim?

Storytel'in ve sesli kitapların hedef kitlesi, kitapla ilgilenen herkes diyebilirim. Türkiye'de sesli kitaplar için kısa sürede yarattığımız büyük ilgiyi Storytel ile arttırmaya devam ediyoruz ve Türkiye'yi büyük bir sesli kitap pazarına dönüştürmek için çalışmamızı sürdürüyoruz. Özellikle akıllı telefonların ve uygulamaların yaygınlaşmasıyla sesli kitapların günlük hayatımızdaki yeri artmaya devam ediyor. Bu artışı sesli kitaplardaki üretim sayıları ve satış oranlarında da gözlemliyoruz. Sesli kitaplar artık yayıncılık sektörünün en hızlı büyüyen ve gelişen kolu diyebiliriz.

Sistem nasıl işliyor?

Tüm kitapseverler Storytel'e aylık abonelik ücreti karşılığında üye olabilir ve platformda bulunan tüm Türkçe ve İngilizce kitapları dinleme fırsatı elde edebilirler. Storytel'in yayın servisi, Spotify'a benzer çalışıyor ancak Storytel'de sadece sesli kitaplar ve e-kitaplar bulunuyor. Storytel'de kullanıcılar, ilk 14 gün boyunca ücretsiz olarak diledikleri kitabı dinleyebilir ve platformu deneyimliyorlar.

Okuyuculara ne gibi avantajlar sağlıyorsunuz?

Storytel, aylık abonelik sistemi üzerinden hizmet sunuyor ve üyeler platformdaki binden fazla Türkçe sesli içerik, 65 bin İngilizce sesli içerik ve 50 bin e-kitaba sınırsız erişebiliyorlar. Storytel kitap okumanın en kolay hali. Storytel'de Türkiye'nin en iyi sesleri ve seslendirmenleriyle çalışıyoruz. Çok yenilikçi bir iş yapıyoruz, Türkiye'deki bestseller kitaplarla, bu kitapların yayınev-

Dikkat çeken 6 istatistik

- 1 İsveç, üye sayısında açık ara birinci sırada.
- 2 Kitap dinlemede İsveç, Norveç ve Danimarka en üst sırada ve her üç ülkedeki ortalama dinleme saatleri birbirine yakın.
- 3 İskandinav ülkelerinde dinleyicilerin çoğunluğunu kadınlar oluşturuyor.
- 4 Rusya'da sesli kitaplar daha çok dinleniyor.
- 5 Türkiye'de dinleyicilerin kadın ve erkek oranı eşit dağılım gösteriyor.
- 6 2019'da Türkiye'de türlerine göre kurgu dışı kitaplar 940 bin saat, romanlar 895 bin saat, klasikler 517 bin saat, çocuk kitapları 507 bin saat, polisiye kitaplar ise 415 bin saat dinlendi.

leri ve yazarlarıyla da çalışıyoruz. Sesli içerik dünyasını insanlara tanıtmak ve sevdirmek adına çeşitli podcast çalışmalarına da sponsor oluyor ve onların gerçekleşmesini de sağlıyoruz.

Globalde ve Türkiye'de son durum ne?

2019 sonu itibarıyla Storytel'in 19 ülkede toplam abone sayısı 1,1 milyona ulaştı. Storytel Türkiye, tüm Storytel ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ülke konumunda. 2019'da Storytel üzerinden Türkiye'de toplam 4 milyon 54 bin 400 saat sesli kitap dinlendi. 2018 ile karşılaştırdığımızda sesli kitap dinleme oranı Türkiye'de yüzde 315 arttı. 2019'da ortaya çıkan dinleme sürelerinin 2020'de en az yüzde 50 üzerine çıkmayı hedefliyoruz. Bu dinleme hedefine ulaşmak için her geçen gün dinleyicilerimizin beklentileri paralelinde yeni kitapları Storytel kütüphanesine ekliyoruz.

2020 ajandanızda neler var?

Uluslararası alanda öncelikli planımız, İskandinav ülkeleri gibi kârli durumdaki pazarlarımızın sayımızı artırmak. 2020 sesli kitap üretim planımız doğrultusunda, yeni çıkan kitapları ve klasikleri sesli kitaba dönüştürmeyi sürdürerek sesli kitap kataloğumuzu büyümeye devam edeceğiz. Aile üyeliği modelinin yaygınlaşmasına da odaklanacağız.

“Franchise ile 5 yılda büyümeyi planlıyorum”

Deniz Şenocaklı Özula, 33 yaşında genç bir girişimci... Yeditepe Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü mezunu. Çeşitli pırlanta uzmanlığı eğitimleri alarak sektörün önemseydiği 'HRD Diamond Grader' gibi birçok sertifikanın da sahibi. Diamond By Naci Şenocaklı markasının kurucusu babası Naci Şenocaklı'nın etkisiyle takı ve mücevher sektörünün hep içinde olan Deniz Şenocaklı Özula, ancak bu alanda çalışmalarını ailesinden bağımsız sürdürmeyi tercih etmiş. Tasarımcılık aileden gelince taş dizimi, cila, ürün takibi, satış servisi, halkla ilişkiler, taş satın alımı ve sipariş takibi gibi birçok farklı konuda çalışma fırsatı yakaladığını belirten Deniz Şenocaklı Özula, şimdilerde tüm enerjisini kendi tasarımlarına veriyor. 'Deniz Şenocaklı' isimli markasını büyütme hedefliyor.

“Yurtdışında doğru noktalarda olmayı çok isterim. Umman'da bir concept store'da ürünlerim yer alıyor. Yenilerinin olmasını hedefliyorum. Franchise konusuna da sıcak bakıyorum. 5 yıl içinde franchise vermeyi planlıyorum. 5 yıl sonra etkili satış ağlarının tümünde ve cadde mağazacılığının yoğun ol-

Takı ve mücevher markası Diamond By Naci Şenocaklı'nın ikinci kuşak temsilcisi Deniz Şenocaklı Özula, kendi markası ile ailesinden bağımsız ilerlemeyi tercih etti. Tasarımlarını kendi web sitesinin yanı sıra birkaç noktada satışa sunan Özula, franchise vererek büyümeyi planlıyor.



DENİZ ŞENOCAKLI ÖZULA



duğu alanlarda olmayı hedefliyorum” diyen Deniz Şenocaklı Özula, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Takı ve mücevher sektöründe kendi markanızı yaratmaya nasıl karar verdiniz?

Bu işe girmedim, bu işe doğdum aslında. Babam Naci Şenocaklı 7 yaşından bu yana mücevher sektöründe. Çıraklıkla başlayan hikayesini ustalıklı taçlandıran bir başarı hikayesine sahip. O yüzden küçüklüğümünden bugüne bu sektörün içindeyim, her aşamasında her detayında vardım, varım. Mücevher sektöründe olmama rağmen ben kişisel markam Deniz Şenocaklı için altın ve değerli taşlardan ziyade gümüş, bronz ve yarı değerli taşlarla çalışmayı tercih ediyorum. Çünkü bu yola çıkarkenki amacım tasarım sevenleri ulaşabilir tasarımlarla buluşturmak.

Koleksiyonunuz tamamen sizin tasarımlarınızdan mı oluşuyor?

Bir mücevher üretilirken ki tüm özen olmalı, tasarım kesinlikle farklı olmalı ama mücevher gibi pahalı olmamalı diye düşündüm. Yani kısacası ulaşılabilir bir kolye veya yüzük de özel tasarım olabilir hayata geçirmenin mutluluğunu yaşıyorum. Her ortamda çalışmalarımın farklılığı dikkat çekiyor ve insanlar üstüne basa basa bunu hep vurguluyor. Tasarımın farkı ve ürün kalitesi insanların çok dikkatini çekiyor. Artık sıradanlığa insanların tahammülü yok. Kendim tasarımcı olduğum ve tüm koleksiyonları kendim tasarladığım için ekstra bir tasarım maliyeti yansıtmıyor olmam en büyük avantajlarımdan biri. Bu konularda olumlu geri dönüşler alıyorum.

Üretim süreciniz hakkında bilgi verir misiniz?

Üretimi kendi atölyemde gerçekleştiriyoruz. Bir tasarımın macerası benim çizimimle başlıyor, akabinde ise her aşaması tamamen el emeğiyle atölyede gerçekleştiriliyor. Bu meslekte üreticiyseniz çok doğru ve kıymetli bir ekibe ihtiyacınız var. Bu bir ekip işi, her aşamasında farklı bir ustamızın emeği var. Tasarladığım her bir kolye en az 7-8 ustanın elinde farklı aşamalardan geçiyor. Biri olmazsa, maalesef hiçbir şey olmaz.

Hedef kitleniz nedir?

Hedef kitlem 'tasarım sevenler'. Yaş ile ilgili bir şey söylemiyorum çünkü ürünler her



yaştan tercih ediliyor. Tasarımı seven, tasarımın ve ürün kalitesinin farkını bilen ve bu yüzden bana ve tasarımlarıma değer veren bir kitle tercih ediyor markamı. Bu be-

Fiyat aralığı 200-800 TL

OTELLERLE ÇALIŞIYOR

Özel koleksiyon çalıştığım oteller de var. Belirli dönemlerde onlara özel, sadece onların bünyesinde satışa sunulan tasarımlar üretiyorum. O da benim oldukça vaktimi alıyor. Hedefim ise her yerde satılıyor olmak asla değil, her gün daha güzelini yaratmak.

ÖZEL SİPARİŞ Tasarımlarımın fiyatları kullanılan malzemeye ve işçiliğine göre değişim gösteriyor. Fiyat aralığı ise 200 - 800 TL . Ek olarak özel sipariş de çalışıyorum. Altın ve pırlantalı veya gümüş çalıştığım özel siparişlerde tabii ki bu fiyatlar değişiyor.

AİLEYE TASARIM DESTEĞİ

Diamond by Naci Şenocaklı firması için de tasarım yapıyorum. Firmaya yeni bir enerji getirmeyi ve yarattığım günlük kullanıma uygun mücevherlerle gençlere de hitap etmeyi başardım diyebilirim. Bu modellerde altın, pırlanta ve değerli taşlarla çalışıyorum. Kendim neyi kullanmaktan keyif alacaksam o tarzda tasarım yapmayı tercih ediyorum aslında.

nim için o kadar kıymetli ki anlatamam. Fark edilerek, beğenilerek ve tercih edilerek verdiğim emeğin karşılığını alıyor olmam paha biçilemez. Beğenilmek ve takdir edilmek, yeni bir tasarım yaratabilmek için ben ve benim gibi üretkenlerin, yaratanların en önemli ihtiyacı. Biz böyle besleniyoruz.

Tasarımlarınız tüketicilerle hangi kanallar buluşuyor?

Tasarımlarımı kendi web sitem üzerinden satışa sunuyorum. Buna ek olarak The Sky Nişantaşı ve City's Popcorner'da ürünlerim yer alıyor. Kendi tasarladığım ve ürettiğim ürünleri 'Deniz Şenocaklı' adı altında müşterileri buluşturuyorum. Seri üretim çalışmadığım ve birçok detayını birebir kendim yaptığım için her ürünün yapımı çok vaktimi alıyor. Ama amacım zaten hep buydu, fazla adette çok fazla miktarlarda satış yapmanın aksine, butik çalışmak. Yarattığım her modelin her aşamasına aynı özeni gösterebilmek için butik çalışmak benim için en doğrusu.

Üç yıllık dönemde 10 şube hedefliyor



Özlem Posbaşoğlu, 1984 Strazburg Fransa doğumlu genç bir girişimci. Strasbourg Université Louis Pasteur École Privée E.P.C.M'in diyetisyenlik bölümünden 2003 yılında mezun oldu. Hiçbir zaman klasik diyetisyenlik yapmayı düşünmedi. Hedef alanında fark yaratmak üzerindeydi. 12 yıl kadar sağlıklı zayıflama, kilo verme ve bölgesel zayıflama alanlarında hizmet veren Özlem Posbaşoğlu, bu konuda yurt içi ve yurt dışında çeşitli ödüller de aldı. 2014 yılında bir plastik cerrah ekibine eğitim vermek üzere Türkiye'ye geldim ve bu da kariyerinde dönüm noktası oldu. Çünkü buzla zayıflama metotları o kadar yoğun ilgiyle karşılandı ki 15 günlüğüne geldiği iş gezisi Türkiye'ye yerleşmesi sonucunu doğurdu. Bu

Diyetisyen Özlem Posbaşoğlu'nun açtığı, buzlu zayıflama ve mumyalama gibi farklı tekniklerin uygulandığı 'Imperial' merkezleri 4 şubeye ulaştı. Üç yılda 10 şubeye ulaşmayı hedeflediklerini söyleyen Posbaşoğlu, "Franchise ile büyüyeceğiz" diyor.

Franchise koşulları ne?

Imperial şubesi açmak için yoğun franchise başvurusu aldıklarından söz eden Özlem Posbaşoğlu, isim hakkının 150 bin Euro olduğunu; bununla beraber açılacak merkezin işlem oda sayısı ve metrekare büyüklüğüne göre yatırım maliyetlerinin değişebileceğini belirtiyor. Posbaşoğlu, şöyle devam ediyor: "Minimum 2 cihaz bulunması gerekiyor; bunun da yatırım maliyeti ortalama 48 bin Euro + KDV. Ayrıca Imperial'e ait özel tasarım tabela ve banko da bulunması gerekiyor. Bunlar da ortalama 100 bin TL gibi bir maliyete sahip. Her merkezin aynı mimaride bulunması gerekiyor ve bu konuyu da mimarımız yönetiyor, tek tek ilgileniyor. Şayet merkezin açılacağı yerde bununla ilgili bir tadilat gerekirse de mimarımız buna göre ayrıca bir bütçe çıkarıyor."

şekilde özel olarak Fransa'da geliştirdiği buzlu zayıflama tekniklerini uyguladığı Imperial'in ilk şubesini 2017'de Nişantaşı'nda açtı. Ardından İzmir ve Ankara'da da şubeler açtı. Yoğun franchise talebi aldıklarını belirten Özlem Posbaşoğlu, "Şu anda ilk franchise'imiz olacak olan Kalamış için kolları sıvadık. 3 yıl içinde İstanbul'da toplam 5 şube, Türkiye çapında ise 10 şubeye ulaşmayı planlıyorum. Yeni yatırımlarımız Bursa, Adana ve Antalya odağında olacak" diye anlatıyor.

Cihaz geliştiriyor

Bu alanda cihaz geliştirme süreçlerine de hakim Özlem Posbaşoğlu. Öyle ki daha üniversitede okurken 21equipment Laboratuvarı için oluşturulan 13 kişilik araştırma ekibine dahil oldu. Bu ekibin tek Türk asıllı uzmanı olmayı başarıyor. Bu başlangıç da aslında kariyerinin dönüm

noktası oldu. 2005 yılında 'L'Expertise Corporelle' markasının patentini aldı ve bu isimle ilk yerini aynı dönem zarfında Strazburg'da açtı. 2007 yılında ise Strazburg'un Vendenheim Bölgesi'nde 2'inci şubesini açtı. Ardından da Colmar şehrinde 'L'Expertise Corporelle'in ilk franchise şubesi açıldı. Kendine ait 3'üncü klinik 2009 yılında Lüksemburg'da, 4'üncüsü ise 2011 yılında Strazburg Selestat'da açıldı.

2012'de Strazburg'un Orangerie Bölgesi'nde VIP bir merkez kurarak danışmanlık hizmeti vermeye devam etti. Fransa'daki klinik çalışmaları boyunca aynı zamanda da beslenme, diyet, zayıflama ve estetik konularında eğitimler, seminerler verdi. Sonrasında ise yoğun ilgi nedeniyle işlerine Türkiye'de devam etmeye karar verdi. Şu anda biri franchise olmak üzere 4 şubesi bulunuyor. Önümüzdeki dönemde de yeni şubelerle büyümesini sürdürmeyi planlıyor.

Hazırlığı gelecek kış sezonuna yapıyor

Koronavirüs nedeniyle üretime ara verdiklerini belirten Zühre Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Hüsnü Ekin, bu dönemde yaklaşık 8 bin çalışana ücretli izin verdiklerini söylüyor. Ekin, Ramazan Bayramı'nın ardından üretime tekrar start vereceklerini belirtiyor.

Tesettür giyimin önde gelen markalarından biri olan Zühre Tekstil, koronavirüs nedeniyle üretime ara verdi. 100 bin parçalık bir stoğa sahip olan şirket, bu dönemde yaklaşık 8 bin çalışana ücretli izin vererek eve yolladı. Bu yılın kış, bahar ve yaz sezonundan umudu kestiklerini artık gelecek yılın kış sezonuna hazırlandıklarını dile getiren Zühre Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Hüsnü Ekin, Ramazan Bayramı'nın ardından üretime tekrar start vereceklerini belirtiyor. Türkiye ekonomisinde her sektör koronavirüs nedeniyle büyük zarar gördüğünü belirten Hüsnü Ekin, "Tüm üretici firmalar, kumaş firmaları ve atölyeler büyük zarar görmüştür ve görmeye devam edecektir. Tekstilin en çok beklediği dönem olan Ramazan Bayramı dahi bu yıl virüs etkisinde geçecek. Sonrasında tekrar üretimin başlayacağını öngörüyoruz" diyor.

"Öncelik istihdami korumak"

Tekstilde üreticilerin üretim kaybının büyük olacağını kaydeden Ekin, buna karşılık en önemli konulardan birinde çalışanların işini kaybetmemesi olduğunu aktarıyor. Şirketlerinin 5 bini üretim, 3 bini ise mağazalar olmak üzere toplamda 8 bin çalışana maaşlarını ödeyerek Ramazan Bayramı'na kadar idare edilebileceklerini söyleyen Ekin, fakat devletin de bu noktada belli kolaylıkları küçük ve orta ölçekli şirketlere sunması gerektiğini dile getiriyor. Ekin, "Kayıp büyük olacaktır bu kesin fakat öncelikli konu teks-

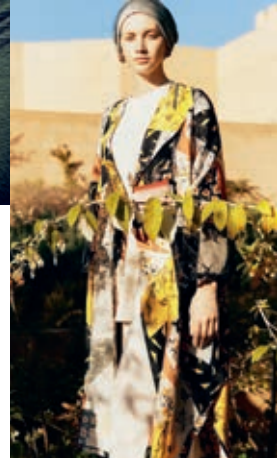


tilde istihdam edilen çalışanların işlerini kaybetmemeleri olmalı" diyor.

"Güzel günler gelecek"

Türkiye'nin en büyük ikinci ihracat kalemi olan tekstilin koronavirüsten sadece bir ayda bile oldukça yüksek bir şekilde zarar gör-

düğü ve önümüzdeki dönemde de bu zararın süreceğine kesin gözüyle bakan Hüsnü Ekin, tedarik sürecinde yaşanan aksaklıklara da değiniyor. Ekonomik nedenlerle Arap ülkeleri, Ortadoğu, Türk Cumhuriyetler, Amerika ve Avrupa'nın bir bölümünün Türkiye'den tekstil siparişlerini durdurmaları ihtimalini değerlendiren Hüsnü Ekin, "Bu durumun olmamasını umuyoruz. İhtimal dahilinde sektörümüzde büyük bir kaos olacaktır. İki ay yüksek motivasyon ve hedeflerimizi koruyarak beklemek zorundayız. Tüm vatandaşlarımız, tüm sektörler bu iki ayda zor bir dönem atlatacaklar fakat sonucunda güzel günler göreceğimize dair umudumuz her zaman baki kalacaktır" diye konuşuyor.



"Anadolu'ya göç olabilir"

Tekstilden elde ettikleri maddi geliri çok düşük olan, atölyelerde asgari ücretle çalışan vatandaşların sayısının oldukça yüksek olduğunu ifade eden Ekin, "Ülkemizde maalesef halen yüzde 35 kayıt dışı çalıştırma oranı var. Bu çalışanların iş yapmadan 1-2 ayın üzerinde özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyükşehirlerde durabilmeleri imkansız. Bu durum 2 ayı aşarsa, İstanbul'dan ve büyükşehirlerden Anadolu'ya yüksek oranda göç olur büyük ihtimalle. Bir paket ile tekstilde istihdam edilen vatandaşlarımızın desteklenmesi gerekli" diye konuşuyor.

“Zorlu süreçte gıda üretimine devam”

Koronavirüs salgını nedeniyle gıda tedarikine ilişkin yaşanan endişeler, tarım ve hayvancılığın önemini bir kez daha gösterdi. Küçük ölçekli kadın çiftçinin ürününü, büyük metropollerdeki tüketiciyle aracasız olarak buluşturmak amacıyla kurulan Temiz Hasat Kooperatifi Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Eski Erdoğan, “Temiz tarım yapan aile ve küçük ölçekli kadın çiftçiler olarak, topluluk destekli tarım modeliyle tohumdan tabağa devam eden zorlu süreçte insanlarımızı yalnız bırakmamayı hedefliyoruz” diyor.

Temiz Hasat Tüketim Kooperatifi; 27 gönüllü tarafından, Anadolu'nun atalık tohumu ile kadim toprağında temiz tarım yapan küçük ölçekli kadın çiftçinin ürününü, büyük metropollerdeki tüketiciyle aracasız olarak buluşturmak, böylelikle ekonomik ve sosyal değişim yaratmak amacıyla kuruldu. İşlenmiş gıda üretimlerinde gerekli eğitim desteğini üreticilere ulaştıran kooperatif, üretim dönemi başlangıcında pre-financeman desteği de sağlıyor. Balıkesir Edremit Körfezi, Samsun Bafra Kızılırmak Deltası, Manisa Gördes, Bilecik Osmaneli, Denizli Baklan, Antalya İbradı olmak üzere altı bölgemizde, 40'a yakın çiftçi ile çalışılıyor. Ürünler online satış kanalının yanı sıra İstanbul'un Şişli ilçesindeki mağazada da satışa sunuluyor. Sarıyer ve Beykoz'da da birer mağaza daha açmayı planladıklarını söyleyen Temiz

Hasat Tüketim Kooperatifi Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Eski Erdoğan, “Küçük çiftçinin tarımdan vazgeçmemesini teşvik etmeyi, temiz tarım yapan aile ve küçük ölçekli kadın çiftçileri, topluluk destekli tarım modeliyle tohumdan tabağa devam eden zorlu süreçte yalnız bırakmamayı hedefliyoruz” diyor. Erdoğan sorularımızı şöyle yanıtladı:

Temiz Hasat Tüketim Kooperatifi'ni nasıl kurdunuz? Kooperatif hakkında bilgi verir misiniz?

Temiz Hasat Tüketim Kooperatifi, 2017 yılında sivil toplum projelerinde bir araya gelmiş topluma katkı sağlamaya gönüllü 27 kurucu tarafından, kendi toprağında temiz tarım yapan küçük kadın çiftçinin ürününü tüketiciyle aracasız olarak buluşturmak fikriyle kuruldu. Tamamen toplum yararına ve

gönüllü olarak çalıştığımızdan, kooperatif ortakları olarak ana sözleşmemizde kar payı dağıtmayacağımızı belirttik. Oluşan karın tamamı her kuruşuyla seçtiğimiz üretim bölgelerinde tarım ve hayvancılığı geliştirecek projelere ve kurulacak kooperatiflerle ayrılıyor.

Kooperatifle neler hedefliyorsunuz?

Küçük çiftçinin tarımdan vazgeçmemesini teşvik etmeyi, temiz tarım yapan aile ve küçük ölçekli kadın çiftçileri, topluluk destekli tarım modeliyle tohumdan tabağa devam eden zorlu süreçte yalnız bırakmamayı hedefliyoruz. Adil ticaret koşullarına uyarak çiftçilerin ekonomik bağımsızlıklarını sürdürülür kılıp, gelecek kuşaklarıyla birlikte sahip oldukları toprakta refah içinde yaşayarak, göç etmek zorunda kalmamalarını sağlamak da hedeflerimiz arasında.

Kadın çiftçilere nasıl bir satış kanalı oluşturdunuz?

Tüketiciler olarak bir yıl boyunca hangi ürünlere ihtiyaç duyarsak, çalıştığımız üreticilere bunu ekim dönemi bildiriyoruz. Ekim planlarını birlikte yapıyoruz. Üretimini tüketiciyle birlikte planlayabilen üretici, satışını da garanti altına aldığı eline ne zaman ne kadar para geçeceğini bildiğinden finansal planlamasını da buna göre yapıyor. Bu modelin adı da, topluluk destekli

“Başarılı bir tedarik zinciri kuruyoruz”

Şu an ürünler online kanaldan satışa sunuluyor. Bunu organize perakendeye de yaymayı hedefliyor musunuz?

Sistemli disiplinli ve her şeyin kayıtlı olduğu bir organize yapı planlıyoruz. Çok sayıda yörede çok sayıda üreticiyle çok çeşitli ürün ve miktarlarıyla başarılı bir tedarik zinciri kuruyoruz. Üretimde tohumdan başlayıp tüketicinin çatısına kadar uzanan bu bütünsel yapı detaylı ve büyük bir organizasyon gerektiriyor. Bizler de hem gönüllülerimizin uzmanlıklarından hem de teknolojik araçlardan faydalanıyoruz. Bu vesileyle bizlere destek vermek isteyen, işinde uzman gönüllüleri de aramızda görmek isteriz.



tarım. Tüketiciler olarak bizler, öncelikli olarak dayanışma paketi adı verdiğimiz, her üyemize üç ayda bir, senede dört defa ulaştırdığımız, içinde temel gıda ihtiyaçlarının karşılandığı paketler yolluyoruz. Üye sayımız belli olduğundan, o yıl hangi üründen ne kadar miktarda üretilmesi gerektiğini hesaplayabiliyoruz. Dayanışma paketini taksitle satın alan üyelerimiz sayesinde, üreticinin en çok ihtiyacı olan önden satış garantisini ve üretim planlamasını belirleyebiliyoruz.

Temiz tarım denilince nasıl bir anlayışla hareket ediyorsunuz?

Üreticilerimizden ticari sertifikasyonlar talep etmiyoruz. Toprağa, suya ve canlılara zarar veren kimyasallardan uzak, doğaya üretim atığı bırakmayan tarımı temiz tarım olarak nitelendiriyoruz. Denetimleri kendimiz yürütüyoruz. Ürünlerimizin analizlerini anlaşmalı laboratuvarımızda yaptırarak kontrol mekanizmasını sağlıyoruz. Toprak analizleriyle başlayan, toprak ıslah yöntemleriyle devam eden, suyundan gübresinden, ilaç kullanımı gerekiyorsa, doğru ilaçları, doğru miktarda ve doğru zamanda kullandıran tarım uzmanlarımız her daim üreticilerimizle temiz tarıma yönlendiriyor. Bilimsel denetimler haricinde caydırıcılık da önemli bir unsur. Testlerden olumlu sonuç

alamadığımız üreticiler ile ticaret yapma prensibimiz, üreticiler açısından da temiz tarım yolunda etkili bir yönlendirici.

Çiftçiye ne gibi destekler veriyorsunuz?

Üreticilerimizle üretimin her aşamasında bağlantı halindeyiz. Ziraat mühendisi, gıda mühendisi ve birçok meslek gruplarından gönüllülerle teknik destek veriyoruz. Toprak ıslahı ile başlayan, hayvancılıkta doğru yem tercihleriyle devam eden, üretim planlaması ve tohum önerilerini içeren geniş bir bilgi aktarımından bahsedebiliriz. Üretim dönemi başlangıcında ihtiyaç duyan üreticilere pre-finance desteği sağlıyoruz. Ambalajlama, güvenli gıda eğitimleri, üretim alanlarının hijyeni ve tabii ki tedarik zinciri çözümleri de bütünsel yaklaşımımıza dahil destekler.

Şu an kaç köyle ve kaç çiftçiyle çalışıyorsunuz?

Bu yıl için belirlediğimiz Balıkesir Edremit Körfezi, Samsun Bafra Kızılırmak Delta'sı, Manisa Gördes, Bilecik Osmaneli, Denizli Baklan, Antalya İbradı olmak üzere altı bölgemizde, 40'a yakın çiftçi ile çalışıyoruz. Bu bölgeler dışında da ürün denemeleri yaptığımız, paketimizi çeşitlendirdiğimiz ve gelecek için ilk görüşmeler yaptığımız çiftçiler var.

Üretimde hangi ürünler ön plana çıkıyor?

Dayanışma paketlerimiz zeytin, zey-

tinyağı, peynir, baklagiller, konserveler, kabuklular, tahıllar gibi dayanıklı gıda ürünlerini içeriyor. Anneannelerin yemeklerini hatırlatan atalık tohumdan fasulyeler, mercimekler ve tabii tarhanalar da beğeniliyor.

Şişli'de bir mağazanız bulunuyor. Başka mağaza açma planlarınız var mı?

İlk hedef Beykoz ve Sarıyer'de iki mağaza daha açmak. Beşiktaş gönüllülerimizden de talep var. Kar amacı gütmeyenimizden ve temiz üretim, adil ticaret ana ilkelerimiz olduğundan hızlıca büyüme hedefinde değiliz. Yine de satış hacmimizi ne kadar artırırsak o kadar sayıda kadın üretici ve ailesine katkımız olacağını, istihdam yaratacağımızı, ülkemizdeki yerel üretimlere ve ekonomilere destek verebileceğimizi biliyoruz. Unutulmamalı ki önce satış sonra üretim.

Kaç kadın çiftçiyi daha kooperatifinize katmayı planlıyorsunuz?

Dayanışma paketlerimizin sayısı arttıkça, dükkanlarımızın ve e-ticaret satışlarımızın hacmi arttıkça, üreticilerimizin de sayısını artırabiliriz. Bu sayede daha fazla kadın çiftçiyle üretim yaptırma, ortak planlama yapma, dayanışma içine girme şansımız oluyor. Şu an için dayanışma paketimizin tüketicileri olan 200 üye ile 40 kadın çiftçi ve ailesini destekleyebilecek durumda. Bu yıl 400 üye hedefliyoruz. Ne kadar üyemiz olursa, üretici sayımız da o oranda artacak



Cem Ener

Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

ATILIM YAPMAYI AÇILIM YAPMAYA TERCİH EDERİM. NEDEN Mİ?

Açılım ve atılım kelimeleri sadece tek karakter farkla yazılsa da ikisinin anlamları arasında dağlar kadar fark vardır. Ticari işletmelerde yöneticilerin (ve patronların) iki kavram arasındaki farkı çok iyi anlaması gerekmektedir. Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde yer alan tanıma göre açılım, "herhangi bir konuyla veya sorunla ilgili olarak düşünce ve uygulamalarda yeni koşulların gerektirdiği değişiklikleri veya yenilikleri yapmak" şeklinde, atılım ise, "hızla ilerleme" şeklinde açıklanmıştır. Açılım aktiviteleriyle gündemi çok fazla meşgul etmemek, esas odağı atılım aktivitelerine vermek büyümek isteyen bir KOBİ için hayati önemdedir.

KOBİ'ler organizasyon yapıları itibarıyla çevik işletmelerdir ve KOBİ ölçeğinde seyrettikleri süre boyunca atılım yapmak için ellerine birçok fırsat geçer. Şirket büyüdükten sonra atılım yapma fırsatları yine çok olsa da bu defa fırsatları değerlendirmek ve eş değerde etki yaratmak zorlaşır. Bugün dünyanın en değerli şirketleri haline gelen Amerikan teknoloji devlerinin başarılarının sırrı ilk günlerinde sadece atılım



peşinde olmalarıdır. Örneğin Tesla, ilk günden itibaren diğer otomobil şirketlerinden farklı olarak 'carbon-neutral' ulaşım kulvarında ilerlemeyi seçmiştir, bu alanda bir atılım yapmıştır. 2003 yılında kurulan Tesla 17 yılın sonunda bugün 90 milyar dolarlık şirket değerine ulaşmışken, 1926 yılında kurulan Mercedes-Benz'in 94 yılın sonunda ulaştığı piyasa değeri 30 küsur milyar dolardır. Tesla yola geleneksel bir otomobil markası olarak çıkıp, sonradan carbon-neutral araç atılımı yapmaya çalışıyordu bugün benzer bir konumda olmayabilirdi. Nitekim şu anda Nissan ve Renault gibi birçok şirket carbon-neutral araç üretiyor ama hiçbirisi Tesla kadar ses getirmiyor. Buradan da anlaşıldığı üzere doğru zamanda yapılmayan atılım sadece bir açılım seviyesinde kalıyor ve yüksek etki yaratmıyor. İşinde atılım yapmayı düşünen girişimciler için yol gösterici olması ümidiyle konuya ilişkin diğer fikirlerimi altta sıralıyorum:

1 Süreç iyileştirmeleri yüzdesel ilerlemeler, atılımlar ise geometrik büyümeler sağlar. Fırsatlar arasında doğru bir önceliklendirme yapmak ve büyük resme odaklanmak başarıyı getirecektir. Bu konuya bir örnek vermek gerekirse, İstanbul'un Kadıköy ilçesindeki bir ozalit dükkanı baskı için gönderilen görsellerdeki problemleri gidermesi için dükkan bünyesinde tam zamanlı grafik tasarımcısı çalıştırabilir, görsellerdeki

problemleri içeride hızlı bir şekilde giderebilir, bu sayede daha az sayıda siparişi müşteriye geri döndürerek potansiyel kayıpları önleyebilir. Bir grafik tasarımcısının işe alınmasıyla yapılan, senelik 1 X tutarında olan bu yatırım karşılığında ciroya 2X - 3X kadar katkı sağlanabilir. Aynı ozalit dükkanı internet matbaacılığı atılımını yapıp gereken altyapıyı kurmak için 5 X'lik kaynağı bir araya getirir ve baskı işini 81 ile yayarsa 50 X - 100 X kadar geri dönüş elde edebilir.

2 Yönetimsel çerçeveler (framework) açılım başlıklarının uygulanmasında faydalıyken, atılım başlıklarının 'free-format' (serbest şekil) yürütülmesi daha başarılı sonuçlar getirmektedir. Konuya bir örnek vermek gerekirse, Borusan Holding bünyesinde geçtiğimiz yıllarda faaliyete geçen Bukoli girişimini hatırlayalım. Her dükkan sahibini bir kargo teslimat noktası yapmayı hedefleyen bir nevi teslimat noktası pazaryeri olarak faaliyete geçmişti. Arkasına Holding'in rüzgarını almış olması nedeniyle girişimden başarı garantisi beklenmesi normaldi. Fakat dönemin Holding CEO'su Sn. Agah Uğur'un Uludağ Ekonomi Zirvesi'ndeki söyleşisinde kullandığı ifadeyle herhangi bir start-up'ın hissettiği "acı" bu girişim tarafından hissedilmedi. Genellikle büyük şirketler bünyesinde faaliyete geçirilmeye çalışılan yenilikçi girişimlerle ilgili şahsi kanım framework'lerle yönetilmeye çalışıldıkları için gereken

dinamizmi yakalayamadıkları ve kısa sürede entropiye uğradıkları yönünde. Bu nedenle kısa sürede büyük işler başarması beklenen girişimlerin free-format çalışmaları halinde daha başarılı sonuçlar ortaya çıkardığına inanıyorum.

3 Atılım kapsamında icra edilecek işlerin mikro yönetimi (micro management) beraberinde getirmesi muhtemeldir. Atılımın hızla ilerlemek anlamına geldiğini unutmayalım. Atılım süreci zorlayıcı görev kalemleri içereceği için çalışan motivasyonunun sağlanamadığı veya yükseltilemediği durumlarda, yöneticilerin mikro yönetime eğilim göstermeleri alışıldık bir durumdur.

4 Atılımlar açılımlara kıyasla daha acıdır, daha yüksek yatırım gerektirir ve daha risklidir. "Atılım yapmak her yiğidin harcı değildir" diyebilirim. Maddi imkanların yetersizliği atılımların önündeki bir numaralı engeldir. İkinci sırada ise başarısızlık korkusu, üçüncü sırada ise düşük risk iştahı gelmektedir. İngilizlerin kullandığı hoş bir ifade vardır: "It is business as usual". Türkçe'ye "işler her zamanki gibi" şeklinde çevirebiliriz. Siz de yapınız gereği "işler her zamanki gibi" ifadesini sıklıkla kullanan ve bundan şikayet etmeyen biriyse, dar kapsamlı açılımlarla başlangıç yapıp, sonrasında köklü reformlara geçmeniz faydalı olacaktır.



Maskeli Yaşamdan Yansımalar

Charles Dickens'in klasiklerinden olan "İki Şehrin Hikayesi" şu cümlelerle başlar:

"Zamanların en iyisiydi, hem zamanların en kötüsüydü, hem akıl çağıydı, hem aptallık, hem inanç devriydi, hem de kuşku, Aydınlık mevsimiydi, Karanlık mevsimiydi, hem umut baharı hem de umutsuzluk kışıydı, hem her şeyimiz vardı, hem hiçbir şeyimiz yoktu..."

İki Şehrin Hikayesi'ni okuyanlar tarihsel dizgede yer alan ekonomik, sosyolojik, kültürel pek çok dönüşümün Zümrüdü Anka kuşu gibi küllerinden doğduğunu fark eder. Bu döngünün içine hiç beklenmedik zamanda aniden gelen salgın hastalıklar da eklemeliğinde adeta maskeler düşer. Artık pek çok şeyin eskisi gibi olamayacağı gerçeği aşikâr hale gelir. Gündelik yaşam eskisi gibi değildir, iş yapış biçimleri eskisi gibi değildir, iletişim öğeleri eskisi gibi değildir, dünyayı ve hayatı anlamlandırma düzlemi eskisi gibi değildir. Liste uzayıp gidecektir. Dünyamızı etkisi altına alan Covid-19 salgını nedeniyle evlerde kalıp işlerin evlerden yönetildiği bu dönem, bir yandan da dünyanın sesini dinlemenin, daha çok farkına varmanın, daha çok düşünmenin, kısacası hayatın ancak yavaşladığı zamanlarda görülebilecek yönlerine odaklanmanın zamanı.

Geçen ay köşe yazımı okuyanlar anımsayacaklardır; iş



yerlerinin iş odaklı kamusal alanlar sayılabileceğini ve bu kamusal alanlarda yaşanan iletişim süreçlerinin estetize edilmiş (maskelenmiş) haliyle değil daha katılımcı, daha besleyici ve katkı sağlayıcı bir anlayışla güçlendirilmesinin gerekliliğine vurgu yapmıştım. Aşağı yukarı bir ay önce böylesi bir kamusal alandan bahsederken şimdilerde-her iş kolu ve/ya faaliyet alanı için bunu söylemek mümkün olmamakla beraber- dünyada pek çok şirket ev-merkezli çalışmakta. Şöyle bir durup düşünersek sadece gündelik hayat değil aynı zamanda iş hayatı da kamusal alandan özel alana göç etti. Bir bakıma eski öykü yeni zamana yerleşti. Dijital teknolojilerin getirdiği avantajlarla yeni zamana yerleşen bu öykünün içinde iş yapış biçimleri değişmeye başladı.

Bu durum gerek gündelik hayat gerek iş dünyası için yeni bir başlangıç duygusu

uyandırıyor. Bu duygunun tutumlara ve davranışlara yansıyan yüzünü zaman gösterecek. Kişisel umut vari görüşüm bu sürecin maskelerden arınmış, özünü yansıtan, iyilikte yarışan, destekleyici-besleyici, dünya için, toplum için daha çok katma değer oluşturan yaklaşımların artıyor olması temennisinde. Hazır maske demişken...Değişen dünyada iletişimin bir ögesi olan maskelerin tarihsel akış içerisinde yer alma biçimlerine değinelim isterim.

Dünya tarihi bir yönüyle insan-insan ve insan-doğa mücadelesinin tarihi olarak sahnede rol alıyor. İnsanoğlunun bu mücadelesinin temelini "var olma", "hayatta kalma" dinamiği oluşturuyor. Ancak, eski çağlardan beri süregelen bu tür mücadeleler kadim zamanlarda iki temel nokta olan "uyum sağlama" ve "korunma" dinamikleriyle paralel seyrediyor. İşte bu devirlerde kullanılmaya başlayan maskeler Gombrich'e göre, kadim topluluklarda kullanılan bir koruma aracı olarak yerini almış. Maske, zaman içinde farklı kullanım amaçları ve biçimleriyle kendini yenilemiş. Bu amaçların belli başlıları arasında erken dönem topluluklarının avlarını yakalamak ve doğaya karşı mücadele etmek için kullanılmış olması. Antikite Döneminde tiyatronun ortaya çıkışı ile birlikte maske, tiyatro

sahnelerinde farklı karakterleri vurgulayan bir öge olarak boyut kazanmış. Daha sonraları popüler kültürün de etkisiyle karnavallarda, balolarda kısacası eğlence endüstrisine hizmet eden yönüyle öne çıkmış. Kullanım amacı nasıl olursa olsun maskelerin iletişim süreçlerine dahil edilmiş bir yönü bulunmakta. Sadece yüze geçirilen somut yapay bir enstrüman olmanın ötesinde hem sosyal hayatta hem iş hayatında farklı rolleri sergilemek için kullanılan bir duruşa sahip. Yunanca bir kelime olan “persona” kavramı, maske anlamına geliyor. Maskeler yani persona Jung’un da belirttiği gibi “uyum ya da gereklilik için oluşturulmuş”. 16. Yüzyıla gelindiğinde popüler kültürün bir parçası olarak karnavallarda yerini almış. Ortaçağ Venedik karnavallarında kullanılan maskeler kim olduğunu gizlemek için kullanılmış. Çin ve Japonya’da maskelere tiyatrolarda oynanan büyük destanlarda, yeni yıl kutlamaları gibi etkinliklerde rastlanmıştır. Görüldüğü üzere insanlık ve iletişim tarihi içerisinde Afrika’dan, Asya’dan ve Avrupa’dan günümüze kadar maske kullanımı dönüşüme uğrayarak gelmiş.

Burada asıl dikkat çekici nokta insanlık ve iletişim tarihinde maske kullanımının ilk çıkış amacının ne olduğu ile ilgili. Maskeler “doğaya uyum sağlamak”, “korumak ve korunmak” amaçlı olarak hayat bulmuş. Belki de Covid-19 salgını dünyaya bunu bir kez daha hatırlatmak istiyor olabilir. Gündelik yaşamın, iş hayatındaki iş yapış biçimlerinin yeniden gözden geçirilmesi gerekliliğine vurgu yapmak istemiş olabilir. Dünyayı, tarihsel süreçleri düşünüyorum



ve tam da bu noktada Yeni Türkü’nün Maskeli Balo şarkısının sözleri dilime dolanıyor: “...hayata baksana takmıyor kimseyi, hiçbir şey diriltmez artık geçmiş...yaktım gemilerimi dönüş yok artık geri, tak etti canıma bu maskeli balo, bu maskeli balo ve onun sahte yüzleri...”

Değişen dünyada iletişimin ögesi olan maskelerin düşündükleri bunlar oldu.

Evet, içinde bulunduğumuz şu günler yeni bir başlangıç duygusunu yaşıyoruz demistik. Şirketler dünyanın ve insanlığın iyiliği için ellerinden gelenin daha çoğunu yapmaya hazır bir anlayışla şirket vizyonlarını bu doğrultuda güncelleyeceklerdir diye düşünüyorum. İşbirliğinin, gerçek anlamda sosyal sorumluluğun, sorumlu dünya vatandaşlığının, sevginin öne çıkacağı güzel günler gelecek. Şirket sahiplerinin ve

çalışanlarının sadece yönetsel becerilerinin geliştirilmesi yeterli olamayacak. Artık daha çok evrim tarihi, biyoloji, sosyoloji, iktisat tarihi, fizik, kimya, davranış psikolojisi gibi alanlardaki donanımlara da ihtiyaç duyulacak. Çünkü, geleceğin şirket yöneticilerinin zihinsel esnekliğe yani değişen durumlar karşısında sakin kalıp düşünebilen, farklılıkları zenginleştirebilen niteliklere sahip olması gerekecek.

İşte bu ve buna benzer yaklaşımların ve becerilerin geliştirilmesi için az önce söz ettiğim disiplinlerarası donanımların şirket yönetim süreçlerine dahil edilmesi gerekli gibi gözüküyor. Sözün kısası, bu iş sadece iş modellerini, finansı, pazarlamayı, satış bilmekle olmuyor, olamıyor. Covid-19 belki bize bunu da öğretiyor.

Hep beraber sağlıklı, güzel, umut dolu günlere...



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

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



Şirketlerimizin bağışıklık sistemini nasıl güçlendirebiliriz?

Hepimizin bildiği üzere dünyada ve ülkemizde Korona (Covid 19) pandemisi insanları oldukça fazla etkilemektedir. Pandemi, tüm iş ve iş yapış şekillerinde zorunlu değişikliklere gidilmesine, ülkelerin tüm politikalarını değiştirmesine, sınırların kapatılmasına ve birçok konuda köklü değişiklikler yapılmasına neden olmuştur. Bugünlerde insanlar sağlıklarını nasıl koruyacakları konusunda tüm uyarı ve haberleri takip etmekte ve tavsiye edildiği gibi bağışıklık sistemlerini güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu süreçte kuşkusuz tüm sağlık çalışanlarımıza verdikleri emekler ve katkıları için şükranlarımızı sunuyoruz.

Kuşkusuz bugünlerde öncelik insanlarımızın sağlığı ve toplumun sağlığını korumaktır. Bu yarımda; şirketlerin de insanlar gibi bağışıklık sistemlerinin olduğu ve bu bağışıklık sistemleri bozulursa sürdürülebilirliklerini sağlayamayacaklarından hareketle neler yapılabilir konusunu bazı ana hatlarıyla ortaya koymaya çalıştım.

Hiçbir şey eskisi gibi olmayacak mı?

Son günlerde en fazla okuduğumuz, dinlediğimiz ifadelerden biri budur. Bu ifadeleri kullananların elbette ortaya koydukları haklı savları vardır. Ama ilk önce şunu belirtmek gerekir; bu salgından önce de hiçbir şey eskisi gibi olmuyordu. Değişim süratle

devam ediyordu ve hala da devam ediyor. Daha önce ekonomik hayatta meydana gelen değişimler, ekonomi biliminin temel varsayımları ile açıklanabiliyordu. Bu salgın bize “belirsizlik ortamlarında karar alma ve yönetim” kavramının önemini anlatmaya başladı. Dünyada (istisnalar hariç) çok uzun zamandır olmayan bir ekonomik durum oldu, arz ve talep birlikte düştü. Gelişmiş ülkeler bu durumu para basarak, faiz düşürerek aşmaya çalışmakta, gelişen ülkeler ise daha tedbirli politikalar geliştirmeye çalışmaktadırlar.

Zorunlu olarak dijitalleşiyoruz

Dijitalleşme ile ilgili binlerce makale, dergi yayınlandı, konferanslar yapıldı, ama içinde bulunduğumuz durum normalde 10 yılda gelinecek “dijitalleşmeliyiz” mantığını birkaç haftada devreye soktu. Devletler, bankalar, üniversiteler, şirketler uzaktan çalışma yöntemine geçiverdi. Üretim yapan işletmeler ise zorunlu üretim yerleri hariç bu duruma uymaya çalıştı. Ülkelerin artık düşünceleri gereken konu bu kadar dijital veriyi güvenli olarak nasıl depolayacaklarıdır. Şirketlerde ise bu kadar dijital



veriyi nasıl işleyip kullanacakları konusuna eğileceklerdir. Yani zorunlu ve hızlı dijitalleşmenin rüzgarı uzunca yıllar hissedilecektir ve artık büyük veri (big data) gerçeği ile yüzleşme zamanı geldi.

Şirketlerde doğru insan kaynakları politikası

Pandemi nedeniyle ekonominin ve hayatın yavaşlaması, şirketleri çalışanların maliyetleri konusunda endişeye sevk etmektedir. Büyük ve kurumsallaşmış şirketler bu konuda daha planlı ve iş güvencesini esas alarak politikalar belirlerken KOBİ ölçeğinde ve işletme sermayeleri nispeten daha zayıf olan şirketlerin devlet tarafından desteklenme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bununla ilgili ülkemizde bazı adımlar atıldı ve atılmaya da devam etmektedir. Ancak bu durumun “iş güvencesini” daha da teşvik edici hale gelmesi gerekmektedir. Şirketlerin ise bu durumda panikle ve ani kararlarla davranmak yerine, birkaç ay sonra normalleşme başlayınca nitelikli iş gücü ile işlerine devam etmeleri konusunda politikalar geliştirmeye çalışmaları gerekmektedir. Bu durumun gecici olduğu unutulmamalıdır.

Kurumsal iletişim politikalarımız var mı?

Özellikle de bu tür öngörülmesi zor krizlerde, tüm paydaşlar şirketlerden haber almak istemektedirler. Şirketlerin bu tür durumlara karşı kurumsal iletişim stratejileri belirlemeleri ve uygulamaya sokmaları kurumsal itibarı oldukça artırmaktadır.

Şirketlerin olmazsa olmazı “Kurumsal Yönetim”

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği’nin (TKYD) kurumsal yönetim tanımı şöyledir :

Bir şirketin, hak sahipleri ve kamuoyunun menfaatlerine za-

rar vermeyecek şekilde mali kaynakları ve insan kaynaklarını kendine çekmesini, verimli çalışmasını ve bu sayede de hissedarları için uzun dönemde ekonomik fayda yaratacak istikrar sağlamasını mümkün kılan kanun, yönetmelik ve gönüllü özel sektör uygulamaları bileşimidir.

Kurumsal yönetim; yönetim kurulu, pay sahipleri ve şirketin üst düzey yönetimi arasındaki ilişkileri düzenleyen bir sistemdir. Bu sistemin ilkeleri ise; adillik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluktur.

Şirketlerde kurumsal yönetim ilkelerin uyum düzeyi ne kadar yüksek ise krizler karşısında sürekliliklerini devam ettirmeleri de o kadar kolaydır. Çünkü bu sistemin ilkelerini özümsemek şirketlerin bağımsızlık sistemlerini her zaman güçlü tutmaktadır.

Uyum politikalarımızı oluşturalım/geliştirelim

Kavram olarak uyum bir emir, kural ya da talebe uyma eylemidir. Kurumsal uyum ise bir kural, standart veya politika-ya bağlı kalmak yani işletmelerin operasyonlarını sürdürürken ilgili kanun ve mevzuat hükümlerini gözetmesi anlamına gelir. İşletmeler tüm bu hükümlere uyum sağlarken endüstriyel, ulusal ya da uluslararası çapta karşılaştıkları farklı yasalar ve standartlar nedeniyle kimi zaman zorluklarla karşılaşabilse de aksi halde ciddi cezai yaptırımlara maruz kalmaktadır. Artık dünyada ekonomik faktörler yapısal olarak değiştiğinden şirketlerin “uyum politikalarını” tüm dünyayı etkileyen faktörlere göre de düzenlemesi bir zorunluluk olmuştur. Kurumsal uyum politikaları olmayan şirketlerin ise derhal bu konuda çalışmalar yapmaları gerekmektedir.

Kurumsal risk yönetimine geçiş Şirketler için ekonomik hayat

ve ticaret zaten mevcut durumları itibarıyla risk barındırmaktaydı. Şirketlerin risk olarak gördükleri; operasyonel, finansal, yönetsel tüm faktörler küresel ticaretin neredeyse durma noktasına geldiği, sınırların kapandığı yeni faktörleri de kapsayacak duruma gelmelidir. Şirketler üretim yapıp ürünlerini tüm dünyaya satar durumda iken risk yönetimi yapmaktaydı. Artık risk yönetiminin kapsama alanını genişletmek zorunlu hale gelmiştir.

Sonrası için plan

Şirketlerin, pandemi sonrası varlıklarını sürmesi için planlamalarını yapmaları gerekecektir. Tüm sektörlerde aynı hızda olmasa da bu salgın bittiğinde veya kontrol altına alındığında insanlar yine tüketecek, seyahat edecek, konaklayacak ve eskiden yaptıklarını ekonomik faaliyetleri yapmaya devam edeceklerdir. İşte bunun için şirketlerimizi zor günlerde ayakta tutmalıyız ve bunu başarabilirsek bu dünya krizinden güçlenerek çıkarız.

İş insanlarımız deneyimlerini daha çok yazmalı

Ülkemizde şirketlerimizin çoğu aile işletmesi niteliğinde ve KOBİ ölçeğindedir. Hem büyük şirketlerde hem KOBİ ölçeğindeki şirketlerde işleri kuran, büyüten iş insanlarının tecrübeleri özellikle kriz dönemlerinde önem arz etmektedir. Tecrübe sahibi, birçok kriz görmüş ve şirketlerini başarılı bir şekilde bugünlere getirmiş iş insanlarının hem kendilerinden sonraki nesil için hem de tüm şirketler için deneyimlerini, başarı ve başarısız oldukları konuları, beklentilerini, zorlandıkları durumları ve daha birçok konuyu objektif olarak yazıya dökmeleri tüm şirketler için harika bir yazılı kaynak olacaktır.

Yurtdışından 23 işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) mart ayı içerisinde farklı ülkelerden birçok işbirliği teklifi geldi. Sizler için 23 farklı işbirliği çağrısını derledik.

1 İNGİLTERE

Firma Adı: DEBENHAMS

RETAIL PLC

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

Tel: +44.2086.112981

e-mail:

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

2 PAKİSTAN

Firma Adı: Win International



Services (Pvt) Limited

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

Yetkili Kişi: Waleed Ahmed / Managing Director

Tel: +92.51.2300971;

Cep Tel: +92.333.5255592

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

3 İRAN

Firma Adı: İbrahim Ramazani

Adres: Bazirgan - İRAN

Yetkili Kişi: İbrahim Ramazani

Cep Tel: +90.506.0646467

e-mail: ibrahim.ramazani@gmail.com

İran'dan toptan Robbi, Mazafati,

Piyarum, Zahidi hurması temin eden İbrahim Ramazani, hurma ithalatçılarıyla irtibat kurmak istiyor.

4

Firma Adı: Golden Fiber Co.

Adres: Hafta tir, Qaem Maqam Farahani str. 021 Tehran - IRAN

Yetkili Kişi: Tannaz Akbari / Correspondence

Tel: +98.912.2995696

e-mail: cml@goldenfiber.com.tr

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

5

SİRBİSTAN

Firma Adı: DELTA RG

Adres: Str.Jahja Beatle, No.26, 60000

Gilan-Kosova

Yetkili Kişi: Levent GAŞ / CEO

Tel: +383.44.144 036

e-mail: deltargkos@gmail.com

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

6

UKRAYNA

Firma Adı: POTOKI

Adres: 9, Baykalska st., Dnipro, Ukraine

Yetkili Kişi: Tkachenko Anastasiia / Leading Sales Manager

Cep Tel: +380.67.464-60-22;

e-mail: sale@mez.com.ua

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

7

Firma Adı: Vinagro LLC

Adres: 67 Peremohy av. Kyiv, Ukraine 03062

Yetkili Kişi: Evdochenko Oleg Viktorovich / General Director

Tel: +380.939.588888

e-mail: vinagro.kiev@gmail.com

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

8

Firma Adı: UKRSPIRT

Adres: 1 Borisa Hrinchenka

Str.,Kyiv, 01001, Ukraine

Yetkili Kişi: Lyudmyla Novak

Cep Tel: +380.96.0015511;

e-mail: l.novak@ukrspirt.com

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

9

İSRAİL

Firma Adı: 911 FASHION

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren

Tel: +972.3.5631020

e-mail: yonatk@chamber.org.il

Önde gelen uluslararası markaları İsrail piyasasına tanıtmak amacıyla 2001 yılında kurulmuş olan moda giyim ve aksesuar şirketinin; orta ölçekte üretim yapan şirketlerle iş yapmak istediği bildiriliyor. Şirketin, yüksek kaliteli kumaşlardan kadın giysileri (pamuk, tencel, modal, keten, dokuma kumaşlardan ve viskozlardan ipek, taranmış pamuk, örgü kumaşlarda keçe), erkek giysileri (bomber ceketler, naylon yağmurluklar ve dimi ürünler ve farklı yıkama özelliklerine sahip tişörtler), çocuk giysileri (0-5 yaş) - çocuklar için dokuma giysiler yanı sıra pamuk interlok bebek giysileri üzerine benzersiz uluslararası moda ve yaşam tarzı markalarını temsil ettiği belirtiliyor. İsrail Ticaret Odaları

Federasyonu (FICC) üyelerinden birisi olan şirketle ilk temas, İsrail Ticaret Odaları Federasyonu aracılığıyla yapılacaktır.

10

Firma Adı: Open Aluminum Design Ltd.

Yetkili Kişi: Ms. Yonat Keren

Tel: +972.3.5631020

e-mail: yonatk@chamber.org.il

Kamu ve özel sektördeki her türlü inşaatın başından sonuna kadar denetim, mühendislik ve teknik danışmanlık işlerini yürüten girişimci bir müteahhitlik şirketinin; alüminyum / ahşap / ahşap-alüminyum pencere ve kapılar, alüminyum pergolalar, cam vb. ithal etmek istediği bildiriliyor. Şirketin, alüminyum işinde dünyadaki en ileri tedarikçilerin ithal ürünleri dâhil olmak üzere, özel sektörde, apartmanlarda ve lüks villalarda geniş deneyime sahip olduğu belirtiliyor.

11

MACARİSTAN

Firma Adı: ALX HUNGARY Macar

Ulusal Ticaret Ajansı

Adres: İncilipınar Mah. Nişantaşı Sok.

Cazibe İş Merkezi No:13 Daire:1301

Şehitkamil / GAZİANTEP

Yetkili Kişi: Alper Bakır / İş Geliştirme Müdürü

Tel: +90.342.215 3376

e-mail: alper.bakir@alx.com.tr

ALX HUNGARY Macar Ulusal Ticaret Ajansı tarafından; inovatif tekstil





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

12 HOLLANDA

Firma Adı: De Wereldbazar
OG BV

Adres: Hamdijk 5, 9693 TB Bad
Nieuweschans The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Güren / Koordinatör & Proje Lideri

Tel: +31.50.2600605

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

13

Firma Adı: Spa World Hotel

Adres: Hamdijk 5, 9693 TB Bad

Nieuweschans The Netherlands

Yetkili Kişi: Cemil Güren / Koordinatör & Proje Lideri

Tel: +31.50.2600605

e-mail: sedat@dewereldbazar.nl

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

14

Firma Adı: Europa & Turkey
Trade Center

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

Yetkili Kişi: Cemil Güren

Tel: +31.6.46620825

e-mail: sedat@dewereldbazar.nl
Hollanda'da yeni kurdukları Europa & Turkey Trade Center ile Avrupa ile Türkiye arasında gereksinim duyulan her türlü ürün alım ve satımı (ithalat-ihracat), pazar araştırması, şirket kurma ve devamındaki idari ve hukuki işlemleri gerçekleştirme hizmetleri verdiklerini ifade eden yurttaşımız Cemil Güren, Avrupa genelinde şirket kurmak isteyenlere profesyonelce hizmetlerini sunmak istediklerini ve müşterilerinin karşılaştıkları zorlukları aşmada yardımcı olabileceklerini bildiriyor.

15 İTALYA

Firma Adı: DIVITALY SAS

Yetkili Kişi: Marco Naretto

Tel: +39.011.0241515

e-mail: info@divitaly.com

İtalyan Ticaret Odası Derneği'nin verdiği bilgiye göre DIVITALY SAS Firmasının gömlek ithal etmek istediği bildirilmektedir.

16

Firma Adı: MORETTI SPA

Yetkili Kişi: Filippo Fabbrini

Tel: +39.055.962111

e-mail: filippo@morettispa.com

İtalyan Ticaret Odası Derneği'nin verdiği bilgiye göre ortopedik ve tıbbi cihazlar ticaretiyle uğraşan MORETTI SPA Firmasının ortopedik ve tıbbi cihazlar imalatçılarıyla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor.

17 A.B.D.

Firma Adı: Anatolia Group
Limited Partnership

Adres: 30 E. Georgia St. #414
Indianapolis, IN

Yetkili Kişi: Arif Uğur

Tel: +1.317.478-0896

e-mail: info@anatoliadefense.com

ABD, Indianapolis'de mühendislik, geliştirme, imalat, onarım ve lojistik alanlarında müşterilerinin ihtiyaç duyabilecekleri her konuyla ilgilenmek ve çözüm getirmek için kurulmuş olan ve gelişmiş bir uluslararası ağa sahip olduğu belirtilen Anatolia Group LP Şirketinin; iş dünyasının en prestijli adreslerinden bir tanesi olan INDIANAPOLIS, IN, ABD'de aylık 200 dolara ofis kullanım hizmetleri sunduğu belirtiliyor.

18 ALMANYA

Firma Adı: Seggewiß

Steuerberatung Wirtschaftsberatung
GmbH

Adres: Lise-Meitner-Straße 6, 40878
Ratingen - GERMANY

Yetkili Kişi: Ömer Yasemin

Tel: +49.2102.9676 810

e-mail: oy@seggewiss-

steuerberatung.de

Almanya'nın en büyük nüfusa ve en yoğun yerleşime sahip olan, dinamik bir yatırım ve ticaret bölgesi olan Kuzey Ren-Vestfalya (NRW) Eyaleti'nde Alman yatırım danışmanı ve mali müşavir ortaklarıyla beraber pazar araştırması, şirket kurma ve devamındaki işlemleri takip ve muhasebesini yapma hizmetleri verdiklerini ifade eden yurttaşımız Ömer Yasemin, Almanya'da Şirket kurmak isteyenlere hizmetlerini sunmak istediklerini bildiriyor.

19 RUSYA

[Firma Adı: FARM

TEMIRBULATOV

Yetkili Kişi: Ruslan Temirbulatov

Tel: +7.937.633 93 93

e-mail: n-m999@mail.ru

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

20

[Firma Adı: Artis Line LLC

Adres: 379/2 Pionerskaya Str., 14, Maikop, Republic of Adygeya, Russian Federation

Yetkili Kişi: Denis Balitsky

Tel: +7.8772.57-44-14

e-mail: info@artisline.com

Rusya'da üretilen tahıl ve tahıl dışında çeşitli tarım ürünlerinin ihracatına aracılık eden Artis Line LLC Şirketinin arpa ve buğday ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildirilmiştir. Söz konusu teklif Birliğimize, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletiliyor.

21

[Firma Adı: ACK Group LLC

Adres: 49/65, Bolshaya Kazachya Street, Saratov, Russian Federation

Yetkili Kişi: Ms. Victoria Krivosheeva

Cep Tel: +7.987.3143850



web: www.group-ack.ru

Rusya'da üretilen çeşitli tarım ürünlerinin ihracatına aracılık eden ACK Group LLC Şirketinin nohut, arpa, kolza tohumu, soya fasulyesi, sarı mısır, ayçiçeği tohumu vb. ürünlerini Türkiye'ye de ihraç etmek istediği bildirilmiştir. Söz konusu teklif Birliğimize, Rusya Federasyonu Türkiye Temsilciliği tarafından iletiliyor.

22 HİNDİSTAN

[Firma Adı: Jaya Household

Products Private Limited

Adres: 'Poddar Court' 4th floor, Gate No. 4 18, Rabindra Sarani

Yetkili Kişi: Tarashanker Kumar

Tel: +91.33.2225 8056

e-mail: sales@aparnacarbons.com

Firmanın rafine toz naftalin (% 99.4 saflıkta) ve 12-38 mm arası güve kovucu naftalin topları (HS 29029040) ihraç etmek istediği bildiriliyor.

23

[Firma Adı: Chemex Organochem Pvt Ltd

Adres: 107, Udyog Kshetra, Link Road, Mulund West, Mumbai, 400080, Maharashtra

Yetkili Kişi: Tejas Thakker

Cep Tel: +91.836.9045230

e-mail: tv4892@yahoo.co.in

Firmanın katkı maddeleri ve kimyasal maddeler ithal etmek istiyor.



YURTIÇİ FUARLAR TAKVİMİ

Fuar

Tarihi

Konusu

Yeri

(MODEF 2020)	06 NİSAN 2020	11 NİSAN 2020	Mobilya ve Dekorasyon	Bursa
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	06 NİSAN 2020	06 NİSAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İstanbul
Diyanetçiler Tarım Hayvancılık Fuarı	07 NİSAN 2020	11 NİSAN 2020	Tarım, Hayvancılık,Tavukçuluk ve Süt Endüstri Fuarı	Diyanetçiler
AgriTech	08 NİSAN 2020	11 NİSAN 2020	Fethiye Tarım, Hayvancılık, Seracılık ve Gıda ve Tarım Makineleri	Muşla
Villa Decor Bodrum Bodrum Mobilya Bahçe Mobilyası	08 NİSAN 2020	11 NİSAN 2020	Mobilya Mutfak Bahçe Mobilyası ve Peyzaj Malzemeleri	Muşla
ICSG İSTANBUL 2020	08 NİSAN 2020	09 NİSAN 2020	Akollu Sebekeler, Akollu Şehirler, Enerji İT, Akollu Saygılar	İstanbul
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	08 NİSAN 2020	08 NİSAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	Ankara
BUCOS 2. Kozmetik ve Güzellik Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Kozmetik, Güzellik, Bakım ve Sağlık Kozmetik Uygulamaları	Bursa
Sanlıurfa Yapı İnşaat Dekorasyon Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	İnşaat ve Yapı Malzemeleri, Kapı, Pencere, Mutfak	Sanlıurfa
Sanlıurfa Otomobil ve Yan Sanayi Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Otomobil, Ticari Araçlar, Motosiklet, Aksesuar, Otomotiv Yan Sanayi, Garaj Ekipmanları, Akaryakıt İstasyonları	Sanlıurfa
Doğu Anadolu Erzurum İnşaat Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Yapı, Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Tesiilat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum 2. Gayrimenkul Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman	Erzurum
Doğu Anadolu Erzurum Kent Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Belediye İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri Çevre Teknolojileri	Erzurum
Bursa Yapı Fuarı(Güneş Enerjisi Özel Bölümü)	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	18.Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Dekorasyon ve Aksesuarları, Isıtma, Soğutma, Havalandırma ve Teknolojileri Fuarı	Bursa
Rising City Bursa Gayrimenkul Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	5.Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman Fuarı	Bursa
IDEX 2020	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Ağız ve Diş Sağlığı Konusundaki Teknoloji ve Yenilikler	İstanbul
9.İhtisas Cami Yapı Ekipmanları Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Cami Yapı Ekipmanları	İstanbul
Spor ve Aktiv Yaşam Fuarı (e-spor Özel Bölümü)	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Spor Ekipmanları, Fitness & Wellness, Indoor ve Outdoor Sporları, Sporcu Sağlığı ve Spor Modası	İstanbul
Kauçuk 2020	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Kauçuk Endüstrisi	İstanbul
20. Exposilver Antalya Fuarı	09 NİSAN 2020	12 NİSAN 2020	Gümüş, Saat ve Malzeme Fuarı	Antalya
Yozgat Evlilik Hazırlıkları Fuarı	10 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Evlilik ve Düğün Hazırlıklarına Dair Her Şey	Yozgat
Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	10 NİSAN 2020	10 NİSAN 2020	Yurtdışı Eğitim Alternatifleri ve İmkanları	İzmir
Yozgat Yapı ve Mobilya Fuarı	10 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Yapı, Gayrimenkul, Mobilya, Beyaz Eşya, Ev Tekstili	Yozgat
CNR MOB Mersin Mobilya Fuarı	11 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Hali, Mobilya, Ev Tekstili, Dayanıklı Tüketim Malları, Aksesuar, Mutfak Malzemeleri	Mersin
27.Mesir Sanayi ve Ticaret Fuarı	14 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Sanayi ve Ticaret Ürünleri Hizmet Grupları	Manisa
1. Deminyolu Endüstrisi, Altyapı ve Teknolojileri Fuarı	14 NİSAN 2020	16 NİSAN 2020	Deminyolu, Raylı Sistemler, Altyapı, Ulaşım Teknolojileri	Eskişehir
Egeçilik 2020	15 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Mobilya, Yatak Baza Dekorasyon, Gelinlik, Abiye, Foto	Denizli
Gürme İzmir	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Zeytin, Zeytinyağı, Süt Ürünleri, Şarap ve Teknolojileri	İzmir
Gürme İzmir - "11. Ekoloji İzmir Fuarı"	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Organik Ürünler	İzmir
SHOEXPO İzmir 47. Ayakkabı ve Çanta Fuarı	15 NİSAN 2020	17 NİSAN 2020	Ayakkabı ve Çanta	İzmir
24. İsparta Sentez	15 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Yapı, Dekorasyon ve Mobilya ve Ev Tekstili Ürünleri	İsparta
14.Malatya Tarım Tekn. Makine Hayv. ve Ekip. Fuarı	15 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Tarım Teknolojileri, Makine, Hayvancılık	Malatya
12. Yerele Zincirler Buluşurya 2020 Konferansı ve Fuarı	15 NİSAN 2020	16 NİSAN 2020	Market Donanımları ve Zincir Marketlerde Satılan Ürünler	İstanbul
PLASTPAK	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Plastik Makineleri, Kimyasallar Ham maddeler, Kalıp, Isı ve Kontrol Çihazları, Hidrolik-Pnömatik, Ambalaj Ürünleri, Ambalaj Makineleri, İçecek ve Sıvı Gıda Teknolojileri, Baskı Tekn.	İzmir
İzmir 3. Mobilya Yan Sanayi, Aks. Orman Ürn. Fuarı	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Ahşap Orman Ürünleri ve Malzemeleri, Mobilya Aksesuarları, Oturma Grubu ve Yatak Üretim Malzemeleri	İzmir
IZWOOD 2020	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Ağaç İşleme Makineleri, Mobilya İmalat Makine ve Tezgahları, Kesici Takımlar, El Aletleri	İzmir
GURME 2020 Kayseri Gıda ve Yöresel Lezzetler Fuarı	15 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Gıda, İçecek Ürünleri, Yöresel Ürünler, Gıda İşleme, Unlu Mamuller Teknolojileri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Mağaza-Market Ekipmanları	Kayseri
3. PHARMANEXT	15 NİSAN 2020	17 NİSAN 2020	İlaç, İlaç Bileşenleri, Paketleme ve Üretim Ekipmanları, Kontrat Hizmetleri	İstanbul
5. BIOTECHNICA	15 NİSAN 2020	17 NİSAN 2020	Biyoproses, Biyoteknoloji, Biyoteknoloji, Endüstriyel Biyoteknoloji, AR-GE	İstanbul
4. ANALYTECH	15 NİSAN 2020	17 NİSAN 2020	Analiz ve Laboratuvar Teknolojileri, Kimyasallar, Kalite Kontrol Ölçümleme	İstanbul
ICCI - Uluslararası Enerji ve Çevre Fuarı ve Konferansı	15 NİSAN 2020	17 NİSAN 2020	Enerji Üretimi, İletimi ve Dağıtımı	İstanbul
Çanakkale 3. Tarım Fuarı	15 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Tarım, Tarım Teknolojileri	Çanakkale
10. Van Doğu Anadolu Tarım, Hayvancılık ve Gıda F.	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Tarım, Hayvancılık, Seracılık, Organik Gıda, Sulama	Van
Teke Yöresi 6. Canlı Hayvan, Hayv., Tarım Ma. Fuarı	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Tarım, Hayvancılık ve Makine Teknolojileri	Burdur
Hürriyet Turkey Av. Doğu Fuarı	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Avlucuk, Atıcılık ve Doğu Sporları Malzemeleri	Antalya
INIELEX	16 NİSAN 2020	18 NİSAN 2020	Asansör ve Asansör Teknolojileri	İzmir
13. Door Fair Wood Mach	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Ahşap İşleme Makineleri, Kapı ve Kapı Ekipmanları	İstanbul
Bolu 2. Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Tarım Makineleri, Hayvan Yetiştiriciliği Makine Ekipmanları ve Teknolojileri	Bolu
Bolu Decoboss- 2.Yapı, Mobilya ve Ev Tekstili Fuarı	16 NİSAN 2020	19 NİSAN 2020	Yapı, Konut, Dekorasyon, Elektrik, Mobilya, Ev Tekstili	Bolu
Türkiye'de İstanbul 2020 - 43.Yapı Fuarı	18 NİSAN 2020	22 NİSAN 2020	Yapı, İnşaat Malzemeleri ve Teknolojileri	İstanbul
EVTESK 2020 - 26.İstanbul Ev Tekstili Fuarı	21 NİSAN 2020	25 NİSAN 2020	Ev Tekstili	İstanbul
TOS-H Expo- 4. Türk İş Güvenliği ve Sağlığı Fuarı	03 MAYIS 2020	06 MAYIS 2020	İş Yerinde Güvenlik ve Sağlıklı Çalışma Koşullarının Sağlanması	İstanbul
39.Kitap ve Kültür Fuarı	04 MAYIS 2020	19 MAYIS 2020	Baskı, Sesli, Görüntülü Yayınlar	İstanbul
39.Kitap ve Kültür Fuarı	05 MAYIS 2020	19 MAYIS 2020	Baskı, Sesli, Görüntülü Yayınlar	Ankara
CNR Mersin Anne-Bebek Çocuk Fuarı	07 MAYIS 2020	10 MAYIS 2020	Bebek Çocuk ve Annelikle İlgili Tüm Ürün ve Hizmetler	Mersin
9. Eksposhoes İstanbul Ayakkabı Saracılığı Moda Fuarı	12 MAYIS 2020	14 MAYIS 2020	Ayakkabı, Çanta, Kemer, Çiğdem	İstanbul
6.Çin Ürünleri Fuarı	14 MAYIS 2020	16 MAYIS 2020	Genel Ticaret	İstanbul
Deri ve Kürk Konfeksiyon Fuarı	17 MAYIS 2020	20 MAYIS 2020	Deri ve Kürk Konfeksiyon	Antalya
TDK Deri ve Kürk Moda Şov	19 MAYIS 2020	22 MAYIS 2020	Deri Konfeksiyon Ürünlerinin Fuarı	Antalya
Çanakkale 2. Kitap, Eğitim ve Sanat Fuarı	30 MAYIS 2020	07 HAZİRAN 2020	Kitap, Eğitim, Sanat	Çanakkale
ITM 2020	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Tekstil, İplik, Dokuma, Örgü, Boya, Terbiye, Baskı, Dijital Baskı, Çorap Makineleri, Yan Sanayi ve Kimyasallar	İstanbul
HIGHTEX 2020	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Teknik Tekstiller, Nonwovens, Hammaddeleri, Üretim Teknolojileri,	İstanbul
SEDEC TÜRKİYE 2020	02 HAZİRAN 2020	04 HAZİRAN 2020	Anayurt, Sınır ve İç güvenlik	Ankara
Tarım Tek Politi	02 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Tarım Gıda ve Hayvancılık	Ankara
Doğu Anadolu Erzurum 3. Kitap Fuarı	02 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Kitap, Sürümlü Yayınlar	Erzurum
Tarım Günleri Fuarı 2020	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Açık Alan Uygulamalı Tarım Fuarı	Tekirdağ
Aysal 24. Uluslararası Ayakkabı ve Yan Sanayi Fuarı	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Ayakkabı Yan Sanayi Ürünleri, Aksesuar, Deri, Suni Deri, Taban, Tekstil, Makineler, Kurum Müesseslikleri ve Dergiler	İstanbul
CNR KAÜÇÜK	03 HAZİRAN 2020	06 HAZİRAN 2020	Kauçuk ve Plastik Endüstrisi	İstanbul
Konya İmalat Teknolojileri Fuarı (K.I.T. 2020)	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Metal İşleme Makineleri Sarcı İşleme Mak. Kaynak- Delme- Kesme Tekn. Robotik Sistemler, Elektrik, Elektronik, Otomasyon, İstifleme, Yükleme, El Aletleri, Hırdavat, Kalıp ve Döküm Tekn.	Konya
9.Uluslararası İstanbul Av. Silah ve Doğu Sporları Fuarı	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Av. Silah, Balıkcılık ve Doğu Sporları	İstanbul
İstanbul Peynir Fuarı	04 HAZİRAN 2020	07 HAZİRAN 2020	Peynir ve Süt Ürünleri Üreticileri	İstanbul
16.Çukurova Altın Mücevher ve Gümüş Fuarı	05 HAZİRAN 2020	08 HAZİRAN 2020	Altın, Mücevherat, Gümüş, Saat, Güzellik ve Aksesuarları	Gaziantep
Powder Tech	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	Toz, Granül ve Dökme Halindeki Hammaddelerin İşlenmesini Sağlayan Teknoloji ve Makineler	İstanbul
39.Uluslararası İstanbul Anne-Bebek Çocuk Ürünleri F.	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	İstanbul
KALITE'20	10 HAZİRAN 2020	13 HAZİRAN 2020	10.Kontrol, Otomotiv, Havacılık ve Uzay Teknolojileri Test Ekipmanları, Meteoroloji ve Endüstriyel Yazılım Fuarı	İstanbul
BURSAF / 5. Bursa Ayakkabı ve Deri Ürünleri Fuarı	17 HAZİRAN 2020	20 HAZİRAN 2020	Ayakkabı ve Deri Ürünleri	Bursa
1. Aideniz Evcil Hayvan Ürünleri Fuarı	18 HAZİRAN 2020	21 HAZİRAN 2020	Evcil Hayvan Ürün Malzeme ve Aksesuarları	Antalya
Beauty Eurasia 2020	18 HAZİRAN 2020	20 HAZİRAN 2020	Kozmetik, Güzellik, Parfüm, Estetik, Kuaför, Temizlik, Ambalaj	İstanbul
Gaspshoes	24 HAZİRAN 2020	27 HAZİRAN 2020	Ayakkabı, Terlik ve Yan Sanayi	Gaziantep
İstanbul Lise Tercih Fuarı	27 HAZİRAN 2020	28 HAZİRAN 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	İstanbul
JUNIOSHOW	01 TEMMUZ 2020	04 TEMMUZ 2020	Bebek ve Çocuk Hazır Giyim	Bursa

Fuar

Tarihi

Konusu

Yeri

Edirne Kırkpınar Gıda, Tarım, Hayv., Gıda ve Sanayi	01 TEMMUZ 2020	05 TEMMUZ 2020	Traktör ve Tarım Ekipmanları, Otomobil, Hayvancılık, Gıda, Beyaz ve Kahverengi Eşya, Elektronik Aletler	Edirne
6. Gıda, Tarım ve Hayvancılık İhtisas Fuarı	03 TEMMUZ 2020	10 TEMMUZ 2020	Gıda, Tarım ve Hayvancılık	Ordu
20. Karadeniz Sanayi ve Ticaret Fuarı (Kattif 2020)	03 TEMMUZ 2020	10 TEMMUZ 2020	Sanayi ve Ticaret Ürünleri	Ordu
Ordu 12. Yapı Dekorasyon İhtisas Fuarı	03 TEMMUZ 2020	10 TEMMUZ 2020	Yapı Dekorasyon Ürünleri, Teknolojileri ve Doğalgaz	Ordu
Samsun Üniversite Tercih Fuarı	10 TEMMUZ 2020	18 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Samsun
9. İstanbul Üniversite Tercih Fuarı	10 TEMMUZ 2020	18 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	İstanbul
6. Ankara Üniversite Tercih Fuarı	10 TEMMUZ 2020	18 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Ankara
4. Antalya Üniversite Tercih Fuarı	11 TEMMUZ 2020	19 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Antalya
5. İzmir Üniversite Tercih Fuarı	11 TEMMUZ 2020	19 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	İzmir
İstanbul Üniversite Tercih Fuarı	13 TEMMUZ 2020	19 TEMMUZ 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	İstanbul
3. Adana Üniversite Tercih Fuarı	17 TEMMUZ 2020	25 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Adana
Ankara Üniversite Tercih Fuarı	18 TEMMUZ 2020	26 TEMMUZ 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	Ankara
İzmir Üniversite Tercih Fuarı	18 TEMMUZ 2020	26 TEMMUZ 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	İzmir
Samsun Üniversite Tercih Fuarı	19 TEMMUZ 2020	27 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Samsun
9. İstanbul Üniversite Tercih Fuarı	19 TEMMUZ 2020	27 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	İstanbul
6. Ankara Üniversite Tercih Fuarı	19 TEMMUZ 2020	27 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Ankara
3. Bursa Üniversite Tercih Fuarı	20 TEMMUZ 2020	28 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Bursa
4. Antalya Üniversite Tercih Fuarı	20 TEMMUZ 2020	28 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	Antalya
5. İzmir Üniversite Tercih Fuarı	20 TEMMUZ 2020	28 TEMMUZ 2020	Eğitim, Yüksek Öğretim ve Üniversite Tercihleri	İzmir
Bursa Doğa, Av 2020	23 TEMMUZ 2020	26 TEMMUZ 2020	Doğa Sporları Aktiviteleri, Avcılık, Balıkçılık ve Kamp Malzemeleri, Alternatif Turizm, Arazi Araçları, Yaz sporları, Spor Giyim, Karavan ve Kamp Malzemeleri	Bursa
Karadeniz Üniversite Tercih Fuarı	25 TEMMUZ 2020	26 TEMMUZ 2020	Yüksek Öğretim Üniversite Tercih	Samsun
3. Euro Animalia Trakya Avrupa Hayvancılık Fuarı	10 HAZİRAN 2020	16 HAZİRAN 2020	Hayvancılık Ekipmanları, Süt Teknolojileri, Kümes Hayvanları, Mekanizasyon, Hayvan Barnakları, İş Makinaları	Tekirdağ
Çorlu 13. Tarımteç Trakya Avrupa Hayv. ve Gıda Fuarı	10 HAZİRAN 2020	16 HAZİRAN 2020	Tarım Hayvancılık, Tohum, Gıda, Tohum, Meyvescilik, Sulama Teknolojileri	Tekirdağ
3. Çorlu Trakya Balkan Ülkeleri, Hazır Giyim Fuarı	10 HAZİRAN 2020	16 HAZİRAN 2020	Hazır Giyim, Ev Tekstili, Kültür ve Turizm	Tekirdağ
Patates Günleri Türkiye	13 HAZİRAN 2020	15 HAZİRAN 2020	Patates ile ilgili Toprak İşleme, Ekim, Hasat, İlaç, Tohum, Gübre	Konya
15. Hac Umre Turizm Hizmetleri Fuarı 2020	17 HAZİRAN 2020	18 HAZİRAN 2020	Hac ve Umre Turizmine Yönelik Otel, Havaşolu, Acenta vb. Sektörlerin Buluşması	İstanbul
Hac Umre Turizm Hizmetleri Fuarı	21 HAZİRAN 2020	23 HAZİRAN 2020	Hac ve Umre Turizmine Yönelik Otel, Havaşolu, Acenta vb. Sektörlerin Buluşması	İstanbul
Eskişehir Tarım Fuarı	02 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Tarım, Hayvancılık ve Teknolojileri, Tarımsal Mekanizasyon	Eskişehir
Tarım ve Teknoloji. Günleri 2020	02 AĞUSTOS 2020	05 AĞUSTOS 2020	Açık Alan Uygulamalı Tarım ve Hayvancılık Fuarı	Tekirdağ
Worldfood İstanbul 2020	02 AĞUSTOS 2020	05 AĞUSTOS 2020	Gıda Ürünleri ve Gıda Teknolojileri	İstanbul
Food İstanbul 2020	02 AĞUSTOS 2020	05 AĞUSTOS 2020	Gıda Ürünleri ve Teknolojileri	İstanbul
45. Uluslararası Gamex Promosyon Fuarı	03 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Dijital Oyunlar, Bilgisayar ve Robot Teknolojileri	İstanbul
Yozgat 11. Tarım, Gıda ve Hayvancılık Fuarı	03 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Promosyon ve Tanıtım Ürünleri, Kurumsal Pazarlama, Reklam, Matbaa ve Baskı Teknolojileri	Yozgat
4. Tohum ve Fidanlık Fuarı	03 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Sera, Tohum, Fidan, Gübre, Sulama Üniteleri, İlaçlama, Gen Teknolojileri, Depolama, Eğitim	Ankara
Agrotec 2020	03 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Tarım Makine ve Ekipmanları	Ankara
4. Hayvancılık, Hayvansal Üretim Fuarı	03 AĞUSTOS 2020	06 AĞUSTOS 2020	Hayvancılık Ekipmanları, Süt Teknolojileri, Kümes Hayvanları, Mekanizasyon, Üretim, Hayvan Barnakları, İklimlendirme	Ankara
89. İzmir Enternasyonal Fuarı	04 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Genel Ticaret	İzmir
Samsun Tarım Fuarı 2020	09 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Tarım, Hayvancılık ve Teknolojileri	Samsun
Millteç - İstanbul	09 AĞUSTOS 2020	12 AĞUSTOS 2020	Değerli Makinalar Teknolojileri ve Yan Sanayi Fuarı	İstanbul
ENTECH	09 AĞUSTOS 2020	12 AĞUSTOS 2020	Çevre Teknolojileri, Geri Dönüşüm ve Sıfır Atık	İstanbul
31. Uluslararası Zülcex, Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Züccaciye, Ev Eşyaları, Dekoratif Ürünler ve Elektrikli Ev Gereçleri Fuarı	İstanbul
Doğu Marmara Gurme Ve Yiyecek Ürünleri Fuarı	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri, Unlu Mamuller, Soğutucular, Depolama, Paketleme, Mağaza - Market Ekipmanları	Kocaeli
Doğu Marmara Hobi, Spor ve Hediyelik Eşya Fuarı	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Eğlence, Aktivite, Spor Ekipmanları, Doğa ve Avcılık, Park Elektronik Oyuncaklar, Müzik Aletleri, Kurslar, Eğitim Merkezleri, Kültür, Sanat, Avcılık, Balıkçılık ve Kamp Malzemeleri	Kocaeli
4. Uluslararası Home And Concept Fuarı	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Züccaciye, Hediyelik Eşya, Dekoratif, Ev Tekstili ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul
İstanbul Beauty and Wellness Show	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Güzellik, Kosmetik, Parfümeri, Estetik, Kuaför, Bakım	İstanbul
CNR Sports Week	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Spor Ekipmanları, Fitness & Wellness, Indoor ve Outdoor Sporları ve Spor Trendleri Festivali	İstanbul
Uşak 6. Ege Tarım ve Hayvancılık, Süt Teknolojileri	10 AĞUSTOS 2020	13 AĞUSTOS 2020	Tarım ve Hayvancılık ve Makine Teknolojileri	Uşak
3. Tissue World İstanbul Promosyon Show İstanbul Fuarı	15 AĞUSTOS 2020	17 AĞUSTOS 2020	Temizlik Kağıdı, Teknolojileri, Kimyasallar ve Yardımcı Malzemeleri	İstanbul
Sign İstanbul 2020	16 AĞUSTOS 2020	19 AĞUSTOS 2020	Promosyon ve Tanıtım Ürünleri, Kurumsal Pazarlama, Reklam, Matbaa ve Baskı Teknolojileri	İstanbul
Butur / 3. Turizm Fuarı	17 AĞUSTOS 2020	20 AĞUSTOS 2020	22. Uluslararası Endüstriyel Reklam ve Dijital Baskı Teknolojileri Fuarı	İstanbul
Konfeksiyon Makinesi 2020	17 AĞUSTOS 2020	19 AĞUSTOS 2020	Turizm Kontrat Fuarı	Bursa
Dikış Nakış Makineleri Fuarı	17 AĞUSTOS 2020	20 AĞUSTOS 2020	Konfeksiyon, Nakış, Serim, Kesim, Makineleri, Ütüler, Yan Sanayi, İplikler, Kumaşlar	İstanbul
Diyanbakır 8. Kitap Fuarı 2020	17 AĞUSTOS 2020	20 AĞUSTOS 2020	Konfeksiyon, Nakış, Serim, Kesim, Makineleri, Ütüler, Yan Sanayi, İplikler, Kumaşlar	İstanbul
HOSTECH BY TÜSİD 2020	19 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Diyanbakır
Kırsal Türkiye, Vİpp 2020 2. Vİnc, İstif Makineleri Fuarı	22 AĞUSTOS 2020	26 AĞUSTOS 2020	Otel, Restoran, Gastronomi Donanım ve Teknolojileri Fuarı	İstanbul
KOMATEK 2020	23 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Vİnc, İstif Makineleri, Platform, Proje Taşıyıcılar, İş ve İnşaat Makineleri Kiralama	Ankara
Doğu Anadolu Erzurum Tarım Fuarı	23 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	İş ve İnşaat Makine, Teknolojileri ve Aletleri	Ankara
Doğu Anadolu Erzurum Hayvancılık Fuarı	23 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Tarım, Tarımsal Mekanizasyon ve Tarla Teknolojileri	Erzurum
Contemporary İstanbul Çağdaş Sanat Fuarı	23 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Hayvancılık, Hayvansal Üretim, Süt Endüstrisi Yem Endüstrisi	İstanbul
15. Trakya Lüleburgaz Tarımteç	23 AĞUSTOS 2020	26 AĞUSTOS 2020	Çağdaş ve Güncel Sanat	İstanbul
Airex-İstanbul Airshow	23 AĞUSTOS 2020	26 AĞUSTOS 2020	Tarım, Hayvancılık, Tohum, Meyvescilik, Sulama ve Seracılık, Traktör ve Ekipmanları, Depolama Sistemleri, Soğutma, Havalandırma	Kırklareli
11. Uluslararası Van Doğu Anadolu Turizm Fuarı	24 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Sivil Havacılık, Havalimanları ve Havacılık Endüstrisi Tedarik Zinciri	İstanbul
Manisa Kitap Fuarı	24 AĞUSTOS 2020	27 AĞUSTOS 2020	Turizm	Van
MAKTEK AVRASYA 2020	25 AĞUSTOS 2020	05 EKİM 2020	Kitap ve Süreli Yayınlar	Manisa
Çukurova Mobilya - Dekorasyon Fuarı	28 AĞUSTOS 2020	03 EKİM 2020	Takım Tezgahları, Metal İşleme Makineleri, Kaynak, Kesme, Delme Teknolojileri, Kalite Kontrol, Test ve Ölçüm Cihazları	İstanbul
Metalepo Eurasia	29 AĞUSTOS 2020	04 EKİM 2020	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili	Adana
Aymod 25. Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı	30 AĞUSTOS 2020	03 EKİM 2020	Demir, Çelik, Metal, Makine, Aksam Satış ve Üretim Prosesleri	İstanbul
SODEX ANKARA 2020	30 AĞUSTOS 2020	03 EKİM 2020	Ayakkabılar, Çantalar, Kemerler, Çuvalar, Kurum, Müesseslikler ve Dergiler	İstanbul
Konya İnşaat Fuarı	01 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Klima, Pompa, Vana	Ankara
Konya Kent 2020	01 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Yapı Malzemeleri, Yapı Teknolojileri, Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, İş ve İnşaat Makineleri	Konya
Konya Gayrimenkul Fuarı	01 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Yerel Yönetim İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park Bahçe Düzenlemeleri, İtme Araçları ve Yangın Güvenliği	Konya
Bulduca	01 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman	Konya
3. Gaziantep Gayrimenkul Fuarı	01 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Yapı, İnşaat, Dekorasyon Malzemeleri ve Teknolojileri	Gaziantep
İstanbul Müzik ve Müzik Ekipmanları Fuarı	02 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Gayrimenkul	Gaziantep
Mersin Kozmetik, Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri Fuarı	03 EKİM 2020	11 EKİM 2020	Müzik, Müzik Ekipmanları, Dans, Prodüksiyon	İstanbul
Studyexpo Yurt dışı Lise ve Üniversiteler Fuarı	03 EKİM 2020	03 EKİM 2020	Kozmetik, Güzellik, Kişisel Bakım	Mersin
Mezet Evlilik, Çayır Fuarı	03 EKİM 2020	11 EKİM 2020	Yurt dışı Eğitim Fuarı	İstanbul
Boat Show Eurasia	03 EKİM 2020	11 EKİM 2020	Evlilik, Çayır	Mersin
Studyexpo Yurt dışı Lise ve Üniversiteler Fuarı	04 EKİM 2020	04 EKİM 2020	Tekne ve Tekne Ekipmanları, Broker Firmaları, Marin Aksesuarları	İstanbul
			Yurt dışı Eğitim Fuarı	İstanbul

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

9 Nisan Perşembe

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

10 Nisan Cuma

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

15 Nisan Çarşamba

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

20 Nisan Pazartesi

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

27 Nisan Pazartesi

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

30 Nisan Perşembe

- 2019 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Elektrik Üretimi Lisans Harçları Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- Denetim Kuruluşları Yetkilendirme Belgesi Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Mart 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Mart 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Beyanı ve Ödemesi

1 Mayıs Cuma

- 2019 Yılına Ait Gelir Vergisi Mükelleflerinin (Kazancı basit usulde tespit edilenler dâhil) Vergi Levhasını İnternet Vergi Dairesinden Almaya Başlaması (1 Nisan - 1 Haziran 2020)

Ekonomist 48 SAYI FİYATINA 52 SAYI 432₺



KARGO ÜCRETSİZ!

KREDİ KARTINA
3 TAKSİT İMKANI

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



www.dbabone.com / abone@doganburda.com

0212 478 03 00

Ekonomist

HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

ŞİMDİ DİJİTALDEYİZ!



ekonomist.com.tr



@ekonomistdergi



EkonomistDergisi