

e-Dönüşüm tebliği KOBİ'leri nasıl etkileyecek?

Ekonomist

OCAK 2020

e-Dönüşüm

QNB
eFİNANS
katkılarıyla

Yeni dönem NELER getirecek?

*Dijital
dönüşümle
verimliliğini
artırdı*



Geçiş sürecinde
nelere
dikkat edilmeli



**“YENİLİKÇİ
TEKNOLOJİLERE
YATIRIM ŞART”**

QNB Finansbank'tan ücretsiz KOBİ e-Dönüşüm Paketi

QNB Finansbank müşterileri e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Arşiv'den oluşan KOBİ e-Dönüşüm Paketi'ne hiçbir ücret ödemeden ve koşulsuz sahip oluyorlar. İlk etapta 2022'ye kadar ücretsiz olan KOBİ e-Dönüşüm Paketi'nin devamında QNB Finansbank farklı projeler ve ürünlerle KOBİ'leri desteklemeye devam edecek.

İşinizi geleceğe taşımaya karar verdiğiniz anda
QNB Finansbank yanınızda.

KOBİ e-Dönüşüm Paketi QNB eFinans'ın sağlayacağı ürün/hizmetlerden oluşmaktadır, farklı bir özel entegratörden alınacak ürün/hizmetler QNB Finansbank tarafından hediye edilmeyecektir. e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Serbest Meslek Makbuzu ve e-Müstahsil Makbuzu için kullanım kotası senelik toplam 100.000 adet, e-Defter için 1GB kullanımdır. Bilgi için: qnbfinansbank.com

[içindekiler]

5



12



18



16



20



22



5 TİM'den dijital dönüşüm projesi

6 Dijital Gündem

8 **KAPAK KONUSU**

**E-DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE
KOBİ'LERİ NELER BEKLİYOR?**

12 "Dijital Köprü Platformu'nu
hayata geçireceğiz"

16 "Perakendede dönüşüm şart"

18 "Yenilikçi teknolojilere yatırım şart"

20 "Alışveriş hizmetinin kalitesi arttı"

22 **TEKNO PANO**

Günlük ihtiyaçlara
çözüm üreten teknolojiler

24 "2020'de yüzde 50 büyüyeceğiz"

26 "Dijital dönüşümle verimliliği artırdık"

28 "Programlarımızda

yapay zekayı kullanacağız"

30 Asya Pasifik'e teknoloji ihraç edecek

32 QNB eFinans Kanal Satış ve

İş Ortakları Bölüm Müdürü İlke Altın:

Hallerdeki e-Dönüşüm

34 Vergi gündemi

26



30



24



[editör]

e-Dönüşüm yolculuğunda neler yapmalı?

Uzun süredir hayata geçmesi beklenen tebliğlerin 1 Ocak 2020 itibarıyla devreye girmesiyle birlikte yeni mükellefleri ilgilendiren pek çok konunun gündemde olduğu e-Dönüşüm yılına girdik.

e-Dönüşüm, hiç şüphesiz firmaların ticari faaliyetlerini kolaylaştıran ve ciddi maliyetlerden kurtulmalarını sağlayan yeni bir dünya. Ancak bu geçiş sürecinde firmaların yeni dünyaya çok hızlı adapte olmaları gerekiyor. Zira yayımlanan e-Dönüşüm tebliğ kapsamında 1 Temmuz tarihi itibarıyla e-Fatura mükellef olma sınırı 10 milyon TL cirodan, 5 milyon TL'ye düşecek.

Biz de bu sayıda kapak haberimizde 'e-Dönüşüm uygulamalarına geçiş sürecinde nelere dikkat edilmeli?', 'Takvim geçişi neler getirdi?', 'e-Dönüşüm hizmeti nasıl alınır?' gibi kafalarda soru işareti oluşturan tüm konuları yanıtladık.

Diğer yandan üretim ve ihracatta da dijital dönüşüm, dış dünya ile rekabette büyük önem taşıyor. Bu anlamda Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin hayata geçirdiği uygulama ile 85 bin ihracatçı artık birlik üyeliği sorgulama ve doğrulama işlemlerini e-Devletten de yapabilecek. Dergimizde haberin detaylarını okuyabilirsiniz. Yine bu sayıda şirketlerin e-Dönüşüm konusunda sunduğu yenilikler ve buna yönelik yapacağı yatırımları araştırdık.

Yine dolu dolu bir sayı hazırladık.

Bir sonraki sayı görüşmek dileğiyle...



Burcu Tuvay
btuvay@ekonomist.com.tr

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

e-dönüşüm



YAYINCISI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

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

EDİTÖRLER
E-DÖNÜŞÜM Burcu Tuvay
BORSA - TEKNOLOJİ Gözde Yeniova
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay Yılmaz, Sibel Atik, Ayşegül Sakarya Pehlivan, Aram Ekin Duran, Ceren Oral
MARKA MÜDÜRÜ Arzu Sözeri
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
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kuruca

ETKİNLİK VE PROJE DİREKTÖRÜ Ali Erman İleri
REKLAM GRUP BAŞKANI Nisa Aslı Erten Çokça
REKLAM GRUP BAŞKAN YRD. Seda Erdoğan Dal
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Burcu Acavut - İpek Tunali - Ecem Arda
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 61 - 62
BÖLGELEER 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 KOORDİNATÖRÜ
Sezinur Balıkcıoğlu
ANKARA REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey 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/İST.
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

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

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP üyesidir.

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

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

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

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



Haber
İSMAİL
GÜLLE

TİM'DEN DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJESİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) hayata geçirdiği uygulama ile 85 bin ihracatçı, artık birlik üyeliği sorgulama ve doğrulama işlemlerini e-Devletten de yapabilecek. İhracatçılar, e-Devletten ihtiyaç duydukları her anda alabilecekleri belgeyi, müşavirlik ve bankacılık işlemlerinde, hal kayıt belgesi olarak ve ikili iş görüşmelerinde referans mektubu içinde ek belge olarak da kullanabilecek.

Türkiye'nin küresel ticarete artan rekabet ve gerginlikleri hem fırsata dönüştürmesi, hem de manevra kabiliyetini yükseltmesi, üretim ve ihracatta dijital dönüşümü etkin kılabilme-mizden geçiyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin hayata geçirdiği uygulama ile 85 bin ihracatçı artık birlik üyeliği sorgulama ve doğrulama işlemlerini e-Devletten de yapabilecek. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçıların işlerini kolaylaştıracak inovatif çözümlere imza atmaya devam ediyor. TİM Proje Dijital Dönüşüm Ofisi ve Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi'nin ortak çalışması ile artık ihracatçı-lar, birlik üyeliği sorgulama ve doğrulama işlemlerini e-Devlet Kapısı'ndan da yapabilecekler. İhracatçılar, e-Devletten ihtiyaç duydukları her anda alabilecekleri belgeyi, müşavirlik ve bankacılık işlemlerinde, hal kayıt belgesi olarak ve ikili iş görüşmelerinde referans mektubu içinde ek belge olarak da kullanabilecekler.

VERGİ MUAFİYETİ

Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile 18 Haziran 2019 tarihinden itibaren ihracatçı-lara kambiyo satışları üzerinden uygulanan banka ve sigorta muameleleri vergisinden (BSMV) muafiyet getirilmişti. O tarihten itibaren, ihracatçılar kambiyo muamelelerinde satış tutarı üzerinden vergiden muaf durumunda. Bu nedenle firmaların ihracatçı olduk-larına dair belgeyi kolayca sunabilmeleri adına TİM web sitesinde Üyelik Sor-gulama ve Doğrulama hiz-meti geliştirildi.

Konuyla ilgili açıklama yapan Türkiye İhracatçı-lar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, ihracatçıların önün-deki her türlü engeli kaldırmaya devam ettiklerini belirtiyor. Gülle, TİM'in 'dijital dönüşüm' sürecini başlattığı 2019 öncesinde,

ihracatçının fiziki ziyareti ile ancak yapılabilen üyelik sorgulama ve doğrulama hizmetlerinin, önce sadece TİM web sitesinden gerçekleştirilebilir hale geldiğini, 13 Aralık 2019'dan itibaren ise e-Devlet'ten de artık yapabildiğini vurguluyor.

"7/24 yanıt veriyoruz"

"TİM Web sitemizde 12 bin 870 adet farklı firma bu hizmetten yararlandı. Proje Dijital Dönüşüm Ofisimiz ve Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi ortak çalışmasıyla ile artık bu işlemi e-Devlet Kapısı'ndan da ihracatçılarımızın hizmetine sunmaya başladık. Bunların yanı sıra, AloTİM ile ihracatçının soru ve taleplerine 7/24 hızlı bir şekilde cevap veriyoruz. Raporlarımız, faaliyetlerimiz, ihracat ile ilgili duyurularımız, 'TİM Mobil Aplikasyonuna' anlık olarak düşüyor. Aynı zamanda web sitemizi de güncelleyerek, ihracatçılarımız için kolay erişilebilen bir platform haline getirdik."

DIJİTAL GÜNDEM

► Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

DIJİTAL HİZMET VERGİSİ NE GETİRİYOR?

Dijital hizmet vergisinden, konaklama vergisine kadar birçok konuda yenilik ve değişiklikler getiren tam anlamıyla torba kanun tanımını sonuna kadar hak eden 7194 dijital hizmet vergisi ile bazı kanunlarda ve 375 sayılı kanun hükmünde kararnamede değişiklik yapılması hakkında kanun Resmi Gazete’de 7 Aralık 2019 tarihinde yayımlandı. Özmen Mali müşavirlik, bu konudaki tüm düzenleme ve yürürlük tarihlerini bir e-Kitapçıkta bir araya getirdi. Türkiye’de dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri, içerik satışları, sosyal medya sitelerinde verilen ücretli hizmetler, mal ve hizmet satışında aracılık yapan “web” sitelerinde sunulan aracılık hizmetlerinden elde edilen hasılat üzerinden vergi alınmasını temin etmek amacıyla “dijital hizmet vergisi” adıyla yeni bir vergi ihdas ediliyor. Söz konusu düzenlemeye göre, dijital ortamda, dijital hizmet sağlayıcıları tarafından Türkiye’de sunulan aracılık da dahil olmak üzere dijital hizmetlerden elde edilen hasılatla yüzde 7,5 oranında dijital hizmet vergisi uygulanacak.



DIJİTAL DÖNÜŞÜMÜ DESTEKLEYECEK

Yeni jenerasyon dijital servislerde faaliyet gösteren Infosys, multimodal tedarik zinciri çözümlerinde dünya lideri ve otomotiv lojistiğinde Avrupa lideri olan GEFCO’yla GEFCO’nun gelecek beş yıldaki dijital dönüşümünü desteklemek için anlaştı. Infosys, GEFCO’nun önemli bir iş ve teknoloji ortağı olarak, GEFCO Grup’un gelecek jenerasyon iş uygulama yönetimi servislerinin dönüşümüne yardımcı olacak. Bu servislerin temeli üzerinde çalışmaya başlayan Infosys, ayrıca ‘Canlı Kurumsal’ hizmetini kullanarak GEFCO’nun ‘Dijital Yerli’ bir kuruluşa dönüşmesine destek olacak. Bu, yeni tedarik zinciri yeteneklerinin bilgileri gerçek zamanlı olarak elde etmesini ve işlemlerini sağlayacak. Ek olarak, GEFCO’nun değer zincirinde akıllı ve etkili bir şekilde yanıt vermesine yardımcı olmak adına çok düşük bir gecikme payıyla öngörüler üretecek. Ortaklıktaki son hedef ise GEFCO’nun yeni sürdürülebilir rekabet avantajı kaynakları oluşturmasına ve müşterileri için ürettiği değeri artırmasına yardımcı olmak. GEFCO Bilişim Kurulu Başkanı Jean-Luc Galzi; “Infosys ile dijital dönüşüm yolculuğumuza başlamaktan mutluluk duyuyoruz. Dijital inovasyon tedarik zinciri sektörünün temeli. Yeni ortaklığımız, GEFCO’nun uzmanlığını güçlendirmeye ve müşterilerimizin işlerine değer katmamıza olanak sağlayacak” dedi.

DİMES'E AVRUPA'DAN ÖDÜL

Dimes, Avrupa’nın en prestijli uluslararası ödül programlarından Digiday Marketing and Advertising Awards Europe kapsamında ödül alan tek Türk markası oldu. Dimes, Yemek.com işbirliğinde gerçekleştirdiği ‘Sesli Komut’ projesi ile ‘En İnovatif İçerik Kullanımı’ kategorisinin kazananı oldu. Dimes “Sesli Komut” projesi, bu yıl ulusal ve uluslararası platformlarda 9 kez ödüle uzandı. DİMES Dijital İletişim Müdürü Ezgi Özyıldırım, “Projenin en önemli özelliklerinden biri, var olan kıymetli bir içeriğin, kullanıcılar tarafından tüketilmesini kolaylaştırması. Aslında basit bir noktadan hareket ettik. Eller yağa, una, yumurtaya bulaşmışken, klavyeye veya ekrana dokunmadan nasıl tarif yardımı ile kahvaltı hazırlanır, sorusuna cevap aradık. Bu basit iç görüye ve günümüzde hayat tarzını belirleyen mobil teknolojiler içinde en popüler olanlar arasında yer alan sesli asistan teknolojisine başka baktık” diyor.



e-KİMLİKLER HAYATIMIZI DEĞİŞTİRECEK

Yeni kimlik duyurusundan bu yana Türkiye’de 50 milyona yakın vatandaş e-kimlik sahibi oldu ve bu sayı her geçen gün artıyor. Geçtiğimiz günlerde yayınlanan Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Kartı Yönetmeliği’ne göre vatandaşların biyometri, çip ve PIN koruma özelliğiyle hem ulusal hem de uluslararası seviyede güvenliğini sağlayan yeni kimliklere 2023 yılının sonuna kadar geçmesi gerekiyor. Yerli üretim ve milli yazılım geliştiricisi EGA tarafından üretilen ve Türkiye’nin yüzde 100 yerli ilk e-kimlik doğrulama cihazı biOnay, çipli kimlik kartlarının dijital entegrasyonunun sağlanmasının ardından vatandaş ve kurumlara kullanıcı deneyimi sunacak. EGA iştiraki olan biOnay’ın Kurucu Ortağı Ümit Yaşar Usta, bu yönetmeliği takiben, kimlik kartlarının kullanımına yönelik, Elektronik Kimlik Doğrulama Sistemi Yönetmeliği’nin çıkmasını beklediklerini belirterek, “Çıkarılacak bu ikinci yönetmelik ile kimliklerin eski nüfus cüzdanlarında olduğu gibi gözle kontrol, fotokopi ile çoğaltılması gibi uygulamalar yerine güvenli elektronik doğrulama yapılabilecek. Yeni yönetmelik sayesinde, KEK ile kimlik doğrulaması yapan kurumların, sahte kimlik kullanımı nedeniyle uğradıkları zararlar ortadan kalkacak ve kimlik fotokopileri nedeniyle yaşanan kağıt israfının da önüne geçilecek” diyor.



ANTALYA'DA BİLİŞİM ZİRVESİ

Beşinci kez düzenlenen Akdeniz Bilişim Zirvesi, Antalya Mimar Sinan Kongre Merkezi’nde sektör temsilcilerini ağırladı. Akdeniz’in en büyük bilişim etkinliği olan Akdeniz Bilişim Zirvesi’ni bu yıl yaklaşık 3 bin 500 katılımcı ziyaret etti. Pıksel Akademi ile Antalya Teknokent’in stratejik iş ortaklığı kapsamında gerçekleştirilen organizasyonda; katılımcılar verimlilik avantajı sunan yeni teknolojiler ve dijital dönüşüm stratejileri hakkında en yetkili kişilerden bilgi aldı. Akdeniz Bilişim Zirvesi, milli teknoloji hamlesi, savunma teknolojileri, yapay zeka uygulamaları, blockchain teknolojisi, yerli yazılım teknolojileri, espor, veri süreçleri, KVKK, GDPR, turizm ve yeni teknolojiler gibi günümüzün en çok konuşulan konularını masaya yatırdı. Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Mehmet Fatih Kacırcı ise milli teknoloji hamlesi ve dijital dönüşüm ile elde edilecek olan rekabet avantajının önemine dikkat çekti.

RPA YAZILIM SEKTÖRÜ BÜYÜYOR

Şirketlerin rutin, yüksek hacimli ve kurallara bağlı işlerini yazılım robotları aracılığıyla, yüksek hızda ve düşük maliyetlerle yönetmelerine olanak tanıyan robotik süreç otomasyonu (RPA) son yılların yükselen değeri oldu. Gartner’ın 2018 yılı için global kurumsal yazılım pazarının en hızlı büyüyen segmenti olarak adlandırdığı RPA’nın geçtiğimiz sene yıldan yıla büyümesi yüzde 63 oldu ve şirketler artık RPA’ya çok daha fazla önem vermeye başladı. Robotik süreç otomasyonunun yükselişi sürerken, araştırma şirketi Forrester, 2021 yılında RPA yazılım piyasasının toplamda 2,9 milyar dolara ulaşacağı öngörüsünde bulundu. Organizasyonlar operasyonel etkinliklerini geliştirmenin yollarını arayıp eski sistemlerini yeni kurumsal uygulamalarla ve dijital yeniliklerle güncellemeye çalışırken, robotik süreç otomasyonu teknoloji liderlerinin takip ettiği bir yöntem olarak dikkat çekiyor. Tahmin edilebilir ve kurallara dayalı görevleri otomatikleştirmek için uygulamaların kullanıcı arayüzüyle etkileşime geçen insan davranışını taklit etmesi ile gerçekleşen RPA çözümleri sunan şirketler, müşterilerine dijital dönüşümlerinde avantaj sağlayacak araçlar sunuyor.



E-DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE KOBİ'LERİ NELER BEKLİYOR



Yayımlanan e-Dönüşüm tebliğ kapsamında 1 Temmuz tarihi itibarıyla e-Fatura mükellef olma sınırı 10 milyon TL ciro dan, 5 milyon TL'ye düşecek. Ciro sınırının düşerek e-Fatura mükelleflerinin sayısının artması, tüm e-Dönüşüm dünyasını etkileyecek. 5 milyon TL ciro sahibi firmalar e-Fatura mükellefi oldukları için; e-Defter ve e-Arşiv fatura da kullanmak zorunda olacaklar. Kapak haberimizde -e-Dönüşüm uygulamalarına geçiş sürecinde nelere dikkat edilmeli?, Takvim geçişi neler getirdi?, e-Dönüşüm hizmeti nasıl alınır? Gibi kafalarda soru işareti oluşturan tüm konuları yanıtladık.

Burcu Tuvay @btuvay@ekonomist.com.tr

Uzun süredir hayata geçmesi beklenen tebliğlerin 1 Ocak 2020 itibarıyla devreye girmesiyle birlikte yeni mükellefleri ilgilendiren pek çok konunun gündemde olduğu e-Dönüşüm yılına girdik. Beklenen tebliğlerin yayımlanması ile e-Dönüşüm sektöründe 2020 yılında firmaları bekleyen yenilikler ve gereklilikler uzun süredir konuşuluyor. Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 19 Ekim 2019 tarihinde yayımladığı 509 sayılı Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ve 3. Sıra Nolu Elektronik Defter Genel Tebliğ ile 2020 yılında 1 Ocak, 1 Haziran ve 1 Temmuz tarihlerinde çok sayıda firma e-Fatura, e-Arşiv Fatura ve e-Defter mükellefi oluyor. Ayrıca e-İrsaliye ve e-SMM uygulamaları ise ilk kez bazı firmalar için zorunlu hale geliyor.

Tebliğ ile beklenen ilk takvim geçişini oldukça yoğun bir şekilde yaşadık. 1 Ocak

KOBİ'ler neler yapmalı?

1 Temmuz KOBİ'ler için çok önemli. KOBİ'lerin bu tarihe kadar yol haritalarını belirleyerek geçiş işlemlerini tamamlaması faydalı olacak. 1 Temmuz yoğunluğunu böylelikle kolayca atlattı ve mükellef olduğu an itibarıyla aslında sürece çoktan adapte olarak ticari faaliyetlerinde zaman tasarrufu sağlamış olacaklar. 1 Temmuz itibarıyla KOBİ'ler e-Fatura, e-Defter ve e-Arşiv uygulamalarını kullanmaya başlayacaklar. Bu da uçtan uca muhasebe ve finans süreçlerinin dijitalleşerek otomasyona dönüşmesi anlamına geliyor. e-Dönüşüm uygulamaları, maliyet avantajları ile KOBİ'lerin ticari faaliyetlerine kaynak oluşturacak. KOBİ'lerin e-Dönüşüm uygulamaları öncesi mali mühür temin etmeleri ve GİB başvurularını mutlaka tamamlamış olmaları gerekli.

Firmalara "hazırlıklı olun" uyarısı!

Mevcut mükellefler ve 5 milyon TL ciro ile e-Dönüşüm dünyasına katılacak olan KOBİ'ler yeni dünyaya hazırlıklı olmalı. Özellikle de birçok KOBİ'nin sayısız sorusu ve ihtiyaçları doğabilir. Bu takvim geçişlerinde yoğunluklar yaşanabilir. Özellikle de KOBİ'lerin hizmet alacakları özel entegratörlerden tüm sorularına yanıt alabilmeleri geçiş süreci açısından önemli olacak. Bu nedenle mükellef olan firmaların geçiş işlemlerini son döneme bırakmaması, alınan hizmetin kalitesi ve doğru tercihi bakımından fayda sağlayabilir. Ayrıca e-Dönüşüm uygulamalarını kullanacak olan tüm firmaların hizmet almaya başlamadan önce yerine getirmesi gereken bir takım başvuru ve gereklilik süreçleri mevcut. Öncelikle

vergi kimlik numarasına sahip tüm firmaların, KAMUSM'den mali mühürlerini almış olmaları gerekiyor. Mali mühürleri sayesinde elektronik ortam üzerinden oluşturdukları ve gönderdikleri verilerinin firmalarına ait olduğunu gösterebilecekler. Bu sayede firmalar için bir güvenlik kaynağı oluşmuş oluyor. Mali mührünü temin eden firmaların, mali mühürleri aracılığı ile GİB web sitesi üzerinden e-Fatura ve e-Defter başvurularını gerçekleştirmeleri gerekiyor. Tüm bu adımlardan sonra özel entegratörlerinden hizmet almaya başlayabilirler. Ancak vergi kimlik numarası yerine TCKN sahibi olan şahıs firmaları, e-İmza denen sanal imzayı da tercih edebilir. Bunun için herhangi bir e-İmza sağlayıcısına başvurmaları yeterli olacak.

2020 tarihinde e-Dönüşüm uygulamalarına geçiş yapan firmalar bugünlerde kullanacakları uygulamaların detaylarını öğrenmek ile meşgul. Geçiş öncesi GİB ve sektörde faaliyet gösteren özel entegratörler, 2020 yılının ilk takvim geçişi olan 1 Ocak itibarıyla firmaları nelerin beklediğine dair bilgilendirmek için birçok kaynak oluşturdu. 1 Ocak, 1 Haziran ve 1 Temmuz geçişleri öncesi ne gibi hazırlıkların gerektiği, geçişlerden sonra ise firmaları nasıl günlerin beklediği senaryolaştırıldı. Sektörde e-Dönüşüm yılı olarak tabir edilen 2020 yılı, ilk takvim geçişi 1 Ocak ile hali hazırda 10 milyon TL ciro sahiplerini e-Dönüşüme dahil etti.

NELER BEKLENİYORDU?

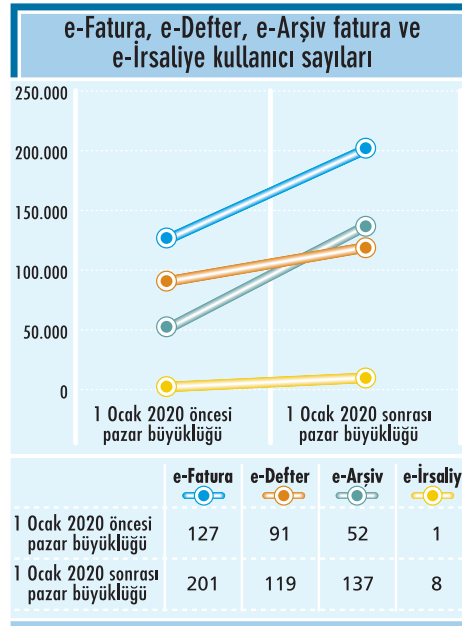
1 Ocak geçişi ile beraber 2018 yılı cirosu 10 milyon TL ve üzeri firmalar e-Fatura mükellefi oldu. 1 Ocak itibarıyla e-Fatura kullanıcı sayısı 201 bin 328, e-Arşiv de ise 137 bin 257 adete ulaştı. Tebliğler kapsamında 1 Ocak'ta mükellef olan e-Fatura kullanıcılarına, e-Defter ve e-Arşiv uygulamalarında da kullanım zorunluluğu getirildi. Bu sayede firmaların pek çoğu e-Dönüşüm dünyasının uygulamalarını bütünüyle kullanmaya başladı denebilir.

e-Dönüşüm hiç şüphesiz firmaların ticari faaliyetlerini kolaylaştıran ve ciddi maliyetlerden kurtulmalarını sağlayan yeni bir

dünya. Ancak, firmalar için ilk etapta bu yenilik bir bilinmezlik gibi algılsa da; özellikle özel entegratörlerin bu bilinmezliklere ışık tutarak yol gösterici olması ticaretin dijitalleşmesinde büyük rol oynadı. Günün sonunda mevcut sistemlerini ve düzenlerini bırakarak yeni dünyaya çok hızlı adapte olan firmalar, e-Dönüşüm faydalarını çok daha hızlı tecrübe etmiş oldu.

BUNLARA DİKKAT!

e-Dönüşüm hayatımıza girmeden önce firmaların hayatında olan bazı süreç ve kavramlar vardı. Bunlar muhasebe programları, defter oluşturma/yazma, fatura düzenleme, mali müşavir ve muhasebecilerin manuel kontrolünde olan muhasebe süreçlerinden ibaretti. Tüm bunların elektronik ortama aktarılırken bilinmesi gereken karşılıkları mevcut. Örneğin; e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-SMM ve e-MM uygulamalarının işlem bazlı adet karşılığında kontör kullanılıyor. Kontör, her bir fatura ya da irsaliye ve diğer ürünler için harcama birimi anlamına geliyor. Kontör, tüm özel entegratörlerde bulunan bir sistem. Kontör sayesinde özel entegratörlerin portalları üzerinden düzenlenecek e-Fatura ve diğer e-Belgelerin toplamda kaç adet olduğunu ve ne kadar kulla-



nım yapıldığının tespit edilmesine olanak sağlanıyor. Aslında koçan (kağıt) fatura düzenlerken hesaplanan mürekkep, baskı ve kağıt maliyetleri yerine tespit edilmesi gereken ihtiyaç, aylık işlemde ne kadar gelen ve giden fatura trafiğinin oluşu. Adı geçen tüm bu uygulamalar için tespit edilmesi gereken ihtiyaç kaç adet kontöre gereklilik olduğu.

Örneğin; e-Dönüşüm ürünlerini yeni kullanmaya başlayacak olan bir firma yıllık olarak toplamda kaç adet gelen ve giden faturasının olduğunu bilmeli. Bu bilgi ile hizmet alacakları özel entegratörlerden ihtiyaç adetleri kadar kontör temin etmesi gerekiyor. Yıllık olarak 600 adet fatura düzenleyen ve 400 adet de gelen faturası olan bir firma, yıllık 1.000 kontöre sahip olmalı. Çünkü e-Belge türünde yapılan her işlem için giden faturada ve gelen faturada da kontör harcaması yapılıyor. Bunun nedeni; e-Fatura uygulamasında da aynı koçanda olduğu gibi gelen ve giden faturaların tümünün 10 yıl boyunca saklanması zorunluluğu.

E-DEFTER GEÇİŞ

Yine firmaların hayatını kolaylaştıran bir diğer uygulama olan e-Defter ise MB cinsinden alan kullanımı ile özel entegratörler tarafından firmalara sunuluyor. Bilindiği üzere büyük defterlerin tutulduğu, sayfalarca gelir giderlerin satır satır yazıldığı düzen, elektronik ortamda tekil bir işlem olarak değil bir bütünü temsil ediyor. Bu defterlerin muhafaza edilerek işlenmesi, GİB'e gönderilmesi MB üzerinden alan kullanımları ile ifade ediliyor. Bu nedenle firmalar e-Defter uygulamasına geçiş yaparken mevcut defterlerinin sayfa sayılarına göre hareket edebilirler. Bununla beraber bazı özel entegratörler firmalara sıkıştırılmış alan sunabiliyorlar. Bu sayede firmalar daha az alana daha çok veri yükleyerek avantajlı kullanım elde etmiş oluyor.

TAKVİM GEÇİŞİ NELER GETİRDİ?

e-Dönüşüm, içinde birçok uygulama ve sistemi barındıran, ticaretin uçtan uca kontrol edilerek akmasına imkan sağla-

Kimler yeni mükellef?

2018 yılı cirosu 10 milyon TL olan tüm firmalar 1 Ocak itibarıyla e-Fatura mükellefi olarak yeni yıla giriş yaptılar. Bununla beraber e-Arşiv fatura ve e-Defter kullanım zorunluluğu getirilmesi ile mevcut tüm e-Fatura mükellefleri henüz kullanmadıkları e-Arşiv ve e-Defter kullanımına da başladı. 1 Temmuz itibarıyla ise tüm bu mükellef olma koşulları baki kalarak ciro sınırı 5 milyon TL'ye düşürüldü. Ciro kriterinin düşmesinden hemen önce 1 Haziran'da e-Dönüşüm dünyasına e-SMM uygulamaları zorunlu kullanım ile dahil oldu. Ve ilk kez e-İrsaliye kullanım zorunluluğu getirildi. 2020 yılı e-Dönüşüm mükelleflerinin dijitalleşme yılı oldu. 1 Temmuz geçişi ile KOBİ'lerin de e-Fatura mükellefi olması ile beraber e-Dönüşüm dünyasının katlanarak büyüyeceği söylenebilir.

yan yeni bir dünya. Her geçen gün yeni uygulamalar ile büyüyen sektörün ve firmaların ihtiyaçlarını teknolojinin yardımıyla maksimum hızda karşılayabiliyor. Bu hızın ilk yansıması kağıt faturanın oluşum ve alıcıya teslimindeki süre ve maliyet avantajı. Koçan denilen kağıt faturanın; kağıt, saklama (arşivleme), baskı ve fiziki gönderim olmak üzere düzenin getirdiği tüm maliyetleri e-Fatura ortadan kaldırdı. Firmalar bu sayede fatura adetlerine göre yıllık olarak ciddi bir tasarruf sağladı. Bu da demek oluyor ki ticaretin zorunluluklarından biri olan fatura maliyetlerinin birçoğu firmaların hayatından çıktı. Üstelik takibi, raporlanması, saklanması ve beraberinde muhasebe süreçlerinin tümünün otomasyon ile yönetilmesi kolaylaştırıldı. e-Dönüşüm sayesinde firmalar teknolojinin tüm faydalarını iş süreçlerine entegre ettiler. Günün sonunda ikinci büyük takvim geçişi olan 1 Temmuz itibarıyla gelecek olan KOBİ'lere ışık tutmuş oldular.

PROJEKSİYONLAR NETLEŞİYOR

Henüz sisteme mükellef ya da gönüllü olarak dahil olmayan firmalar için sistemin ayrıcalıkları ve getirilerini paylaşmak gerekirse mevcut kullanıcıların deneyimlerini aktarmak yararlı olacak. e-Dönüşümün beraberinde getirdiği zaman ve maliyet avantajlarının yanı sıra, kullanım ve ticari faaliyetlerin yönetilmesi kolaylaşmış oldu. Firmalar, özel entegratörlerden aldıkları hizmet sayesinde tek ekran üzerinden e-Defter, e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye gibi uygulamalarını kullanabiliyorlar. Fiziki koşullardan elektronik ortama geçiş işlemleri otomasyonu beraberinde getirdi.

e-Dönüşüm uygulamaları ile muhasebe süreçlerindeki nakit akışı üzerinden girdi ve çıktıların anlık olarak yönetebilme kabiliyeti sayesinde; firmalar gelecek projeksiyonlarını daha net görebilir konuma geldiler. Böylelikle uzun vadeli gerçekçi yatırım ve ticari faaliyet planları yapabilmeye imkanı doğdu.

Ayrıca sistemin bir avantajı da; geçmiş düzen ve dönemlere ait fiziki bilgi ve argümanların elektronik ortama transfer

QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım: "Şimdi sıra KOBİ'lerimizde"



"Biz QNB eFinans olarak her zaman e-Dönüşümün nabzını tuttuk. Müşterilerimizin gelecekteki ihtiyaçlarını bugünden tespit ettik. Vermiş olduğumuz kaliteli ve güvenli hizmetimizden memnun kalan müşterilerimizin olduğunu görmek gurur verici. 2020 yılının ilk takvim geçişini yoğun taleple tamamladık. Bizi tercih eden müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılayabilmek bizim için çok önemli. 2020 yılına henüz birkaç ay varken, QNB eFinans sektörde ilk üçte yer alıyordu. Şu an sektörün ilki olma hedefimize ulaşmaya bir adım kaldı. Bu başarımızı bize güvenen ve tercih eden müşterilerimize borçluyuz. Ancak sorumluluğumuzun farkındayız. 2020 öncesi hazırlıklarımızı tamamlamıştık. 1 Ocak

ile birlikte ilk etabı atlattık. Şimdi sıra KOBİ'lerimizde. Onlara destek olmak için buradayız. Hatta QNB Finansbank ile işbirliği sağlayarak KOBİ'lerimize erken yeni yıl hediyemizi de vermiş olduk. Dijital Köprü kampanyası ile yıllık 100 bin işlem adeti ve 1 GB e-Defter sıkıştırılmış alanı ücretsiz KOBİ'lerimize sunuyoruz. 1 Temmuz'u beklemeden 2022 yılına kadar ücretsiz yararlanabilirler. Yine KOBİ'lerimizin oldukça işini kolaylaştıracak bir hizmeti daha hayata geçirdik. Tek Kontör hizmetimiz ile tüm e-Dönüşüm uygulamalarını bir arada alarak ürün bazlı paket alma devrine son verdik. Alınan paketin işlem adetini tüm ürünlerimizde kullanabilecekler."

edilebilmesi. Firmalar için muhasebe ve finans dökümlerinin bütünlüğü, ihtiyaç halinde kolaylıkla erişilebilmesi büyük önem taşıyor. e-Dönüşüm uygulamalarını kullanmaya başlayan firmalar, geçmiş dönemdeki verilerini de toplu bir şekilde portallarına ekleyebilirler. Her bir özel entegratörün bu uygulamalarda farklı yöntemleri olabiliyor.

e-DÖNÜŞÜM HİZMETİ NASIL ALINIR?

Tebliğler kapsamında mükellef olan ya da e-Dönüşüm uygulamalarını gönüllü olarak kullanmaya başlayan firmalar; GİB'in web sitesinde yayımlanan lisanslı özel entegratörlerden bu hizmeti alabilirler. Ayrıca, yine bu kullanıcılara GİB tarafından ücretsiz olarak GİB portal sunuluyor. GİB portal üzerinden bulut sistem aracılığı ile manuel fatura düzenleneceği için işlem adeti az olan kullanıcılar kolaylıkla yararlanabiliyor. Ancak GİB portal kullanacak olan firmaların oluşturduğu e-Belgelerin yalnızca 6 ay saklanacağına bilmesi gerekiyor. GİB'in getirmiş olduğu zorunluluklardan biri olan 10 yıl saklama koşulu, GİB portal kullanan firmalar için sorun yaratabiliyor. Çünkü GİB portal kullanıcılarının ilk 6 aydan sonra güvenli saklama alanı bulmaları gerekecek.

Firmalar e-Dönüşüm hizmetleri alırken tercih edebilecekleri iki yöntem mevcut. Örneğin e-Fatura, e-Defter ve diğer uygulamaları kullanacak olan firmaların, bu uygulamalarda

yer alan verilerini hangi ortam üzerinde barındıracakları ve saklayacaklarına karar vermesi gerekiyor. Bu açıdan bulut sistem ve lokal olmak üzere iki yöntem mevcut. Bulut sistemi tercih eden firmalar; özel entegratörlerin sahip olduğu bulut alanda verilerinin saklanması ve korunmasını kabul ediyor. Lokal sistemde ise firmalar verilerinin kendi bünyelerinde saklama sorumluluğunu üstleniyor. Ancak bulut sistemin kolaylığı ve maliyet avantajı gereği bu yöntemi tercih edecek olan firmaların, güvenilir bir özel entegratör tercih ettiklerinden emin olması gerekiyor.

1 TEMMUZ NEDEN ÖNEMLİ?

Yayımlanan e-Dönüşüm tebliğ kapsamında 1 Temmuz tarihi itibarıyla e-Fatura mükellef olma sınırı 10 milyon TL cirodan, 5 milyon TL'ye düşecek. Ciro sınırının düşerek e-Fatura mükelleflerinin sayısının artması, tüm e-Dönüşüm dünyasını etkileyecek. 5 milyon TL ciro sahibi firmalar e-Fatura mükellefi oldukları için; e-Defter ve e-Arşiv fatura da kullanmak zorunda olacaklar. Dolayısıyla 2020 yılında e-Dönüşüm kullanıcılarının sayısı katlanarak artacak.

Beklenen takvim geçişlerinin haricinde GİB'in yürütmekte olduğu yeni uygulamalar ve yükümlülükler gündeme gelebilir. Özellikle e-Defter saklama hakkında yeni yayımlanabilecek bir takım değişikliklerin henüz çalışma halinde olduğu bilgisi konuşuluyor. Tabi ki özel entegratörler e-Dönüşüm dünyasında firmaların hayatını değiştirebilecek tüm değişimleri yakından takip edecek. ■

“DİJİTAL KÖPRÜ PLATFORMU’NU HAYATA GEÇİRECEĞİZ”

QNB Finansbank’ın KOBİ’leri dijital dönüşüme hazırlama hedefiyle 23 Eylül 2019’da hayata geçirdiği Dijital Köprü Projesi yoğun ilgi gördü. Projeyle dört ayda 25 bin üyeye ulaşılırken 2020 sonunda bu sayınının 100 bine yükselmesi hedefleniyor. QNB Finansbank Bireysel Bankacılık ve KOBİ Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydın, “KOBİ e-Dönüşüm paketiyle başlayan Dijital Köprü Projesi’ni 2020’de çeşitlendirecek; İK, muhasebe ve dış ticaret gibi modüllerle büyüteceğiz” diyor. Aydın, yeni çözümleri kapsayan Dijital Köprü Platformu’nu hayata geçirerek KOBİ’lere dijital çözümler sunan çözüm ortaklarının sayısını artıracaklarını kaydediyor.

Ceren Oral Balaban coral@ekonomist.com.tr



QNB Finansbank, KOBİ’lerin dijital dönüşüm süreçlerini kolaylaştırabilme hedefiyle hareket geçti ve 23 Eylül 2019’da Dijital Köprü Projesi’ni hayata geçirdi. Banka, şirketlerin yeni tebliğ ile e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye gibi çözümleri yasal olarak kullanmak zorunda olmalarının maliyet gerektirdiği gerçeğinden hareketle projeyi 2022’ye kadar ücretsiz sunuyor.

QNB Finansbank Bireysel Bankacılık ve KOBİ Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydın, 2022 ve sonrasında da bu hizmetleri ücretsiz vermek istediklerini söylüyor. “Dijital dönüşümde KOBİ’ler için çok önemli bir fayda ve hizmet var” diyen Aydın, bu faydanın daha net şekilde algılanmasının Dijital

Köprü’ye olan ilgiyi hızla artıracığı görüşünde. Temmuzda yürürlüğe girecek mevzuatla 5 milyon TL’nin üzerinde cirosu olan şirketlerde de e-Dönüşüm zorunlu hale gelecek. Erkin Aydın, bu şirketlere “Geçiş için son anı beklemeyin. Ücretsiz sunduğumuz çözümlere dâhil olun ve maliyet tasarrufuna bir an önce başlayın” diyor.

Erkin Aydın ile Dijital Köprü Projesi’ni ve yeni dönem hedeflerini konuştuk. Ayrıca Aydın’dan QNB Finansbank’ın KOBİ bankacılığındaki çalışmalarını da öğrendik.

Dijital dönüşüm şirketler için neden önemli?

Dijital dönüşüm son dönemde oldukça sık duyduğumuz, moda olan bir terminoloji. Ancak moda olmasının ötesinde teknolojinin geldiği

yerle beraber şirketlerin daha rekabetçi olabilmeleri için dijital dönüşümünü içselleştirmeleri gerekiyor. Bu, en büyük kurumsal şirketlerden en küçük işletme ve KOBİ’lere kadar tüm kurumlar için geçerli bir durum ve gereklilik.

Şirketler neden dijital dönüşümü içselleştirmeli?

Dijital dönüşüm şirketlerin yüksek verimlilikle hizmet vermelerini sağlıyor. Bu verimlilik de aslında aynı insan kaynağın çok daha etkin kullanımını beraberinde getiriyor. Bu, işin operasyonel verimlilik ve üretkenlik kısmı. Dijital dönüşüm, şirketlere müşteri kazanımında ve müşterilere ulaşımında da bambaşka ve farklı kanallar açıyor. Dolayısıyla gerek şirketlerin gelirlerini artırmaları gerekse de gelirleri artırırken



"QNB eFinans sektöründe öncü konumda"

"e-Dönüşüm çözümlerini bu kapsamda sunan başka banka yok diyebilirim. Biz bu hizmeti iştirakimiz olan QNB eFinans'tan alıyoruz ve QNB eFinans'ın da sektörde birçok rakibi var. Ancak QNB eFinans çok uzun süredir bu sektörde aktif ve Dijital Köprü Projesi'yle de beraber sektörün de en büyüğü hale gelmiş durumda. Türkiye'nin en büyük kurumsal şirketlerine de bu hizmeti veren bir şirket. Dolayısıyla altyapısı ve teknik kabiliyeti son derece güçlü ve bu alanda öncü."



kaynakları daha verimli kullanarak maliyetlerini doğru yönetmelerine yardımcı oluyor. Ancak dijital dönüşüm ucuz ve kolay bir süreç değil. Bu nedenle de ilk etapta dijital dönüşümü içselleştiren şirketlerin bu süreç için gerekli kaynaklara sahip daha büyük şirketler olduğunu veya dijital çağ ile beraber hayata geçen çok yeni ve genç şirketler kısaca start up'lar olduğunu görüyoruz. Bir de arada kalan kısım var.

Arada kalan şirketler hangileri?

Bunlar, uzun süredir ekonomik olarak piyasada var olsa da ölçekleri çok büyük olmayan, özellikle de KOBİ niteliğindeki şirketler. İşte bu şirketlerin dijital dönüşümü sahiplebilmeleri o kadar kolay olmayabiliyor. Bizim Dijital Köprü Projesi ile hedefimiz de KOBİ'lerin dijital dönüşümüne ulaşımlarını kolaylaştırabilmek.

Bu süreci hangi açılardan kolaylaştırmayı hedefliyorsunuz?

Öncelikle KOBİ'lerin dijital dönüşümü gerçekleştirebilmeleri için maliyetlerini düşürebilmek istiyoruz. İkinci

sırada ise KOBİ'lerin kendi araştırmalarıyla bulamayacağı, bulmakta zorlanacağı dijital fırsatlara ve olanaklara ulaşabilmelerini sağlama hedefimiz yer alıyor. Bu nedenle de Dijital Köprü Projesi'ne ilk olarak e-Dönüşüm Paketi ile başladık.

Neden?

Bunun temel nedeni, şirketlerin yasal olarak yapmaları gereken bir dönüşümün olması. Bilindiği gibi belli bir ölçeğin üzerinden şirketler, e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye gibi çözümleri artık yasal olarak kullanmak zorunda. Yasal zorunluluk, 31 Aralık 2019'a kadar belirli şirketleri içeriyordu. 1 Ocak'tan itibaren ise belirli şirketler de bu kapsama girdi. Buradaki asıl büyük değişim ise temmuz ayı itibarıyla gerçekleşecek. Temmuz ayından itibaren 5 milyon TL'nin üzerinde cirosu olan her şirket e-Dönüşüm çözümlerini zorunlu olarak kullanmaya başlayacak. Bu, bir yandan şirketler için güzel bir fırsat ve açılım. Çünkü kendilerine oldukça büyük bir verimlilik getirecek, etkinliklerini artırabilmelerine olanak

sağlayacak bir çözümü kullanmaya başlayacak. Ancak diğer yandan bu süreç, oldukça maliyetli.

Burada ne kadarlık bir maliyetten söz edebiliriz?

Hesabımıza göre, ortalama bir KOBİ'nin dijital dönüşüm için yıllık maliyeti 20 bin TL seviyesinde. Şirket ölçeği küçüklüğünde bu maliyet yıllık 3-4 bin TL'lere gerilerken ölçek büyüdüğünde ise ortalama 100 bin TL seviyelerine kadar çıkabiliyor. e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye gibi hizmet paketini düşündüğümüzde biz Dijital Köprü ile bu maliyetlerin tümünü karşılıyoruz. Ayrıca KOBİ'lere altyapı yatırımları noktasında da ortaklıklar üzerinden daha ekonomik çözümler de sunabilmek istiyoruz ama henüz o noktaya gelemedik.

Dijital Köprü Projesi'nde kaç üyeye ulaştınız?

Dijital Köprü Projesi'nin lansmanını 23 Eylül 2019'da yaptık. 2019 yılsonu hedef üye sayımıza ekim ayı sonunda lansmandan sonraki bir ay içinde ulaştık ve yılı 25 binin üzerinde başvuru ile kapattık.

Geri dönüşler nasıl?

Çok olumlu bir tablomuz var. İlgili yüksek, tepkiler de çok memnun edici. Projemiz oldukça iyi şekilde ilerliyor. Temmuz ayında yürürlüğe girecek mevzuatla 5 milyon TL'nin üzerinde cirosu olan şirketler e-Dönüşüm'ün zorunlu hale gelmesiyle beraber projeye ilginin daha da hızlanacağını öngörüyoruz. Ancak şirketlerin aklında bu geçişle ilgili bazı soru işaretleri olduğunu da gözlemliyoruz.

Nedir bu soru işaretleri?

e-Dönüşüm'ün zorunluluk tarafıyla ilgili soru işaretleri olduğunu söyleyebiliriz. Ancak burada önemli olanın, KOBİ'lerin dijital dönüşümü bir zorunluluk olarak algılamadıkları farkındalık seviyesine gelmeleri olduğunu düşünüyorum. KOBİ'lerde dijital dönüşüm farkındalığı gün geçtikçe artıyor ancak daha ivmelenmesi de gerekiyor. Dijital dönüşümde KOBİ'ler için çok önemli bir fayda ve hizmet var. Bu faydanın daha net şekilde algılanması da projemize ilgiyi önümüzdeki süreçte daha da hızlı şekilde artıracak. Biz de hedeflerimize rahatlıkla ulaşacağız.

Dijital Köprü'de katılım şartları ve ücret nedir?

Dijital Köprü Projesi ile oluşturduğumuz dijital dönüşüm paketine ulaşmak 2021'in sonunda kadar ücretsiz. Katılım için fazla şart da yok. Sadece başvuracak şirketlerin QNB Finansbank'ta bir hesabının olması gerekiyor. Ancak bu hesabı aktif kullanmak ya da hesapta para bulundurmamak gibi şartlar aramıyoruz. Hesap olmasını istememizde amaç ise katılımcıların şirket kimliklerini ve gerekli bilgileri kayıt altına alabilmek.

Dijital Köprü'ye e-Dönüşüm Paketi ile başladınız. Dijital Köprü bu paketle sınırlı mı kalacak?

Hayır, projemiz e-Dönüşüm Paketi ile sınırlanmayacak. Özellikle KOBİ'lere yönelik yeni birtakım işbirlikleri yapıyoruz. Bu işbirlikleri

"Dijital Köprü ücretsiz devam edebilir"

YENİDEN DEĞERLENDİRİLECEK Dijital Köprü'de her şey istediğimiz ve hedeflediğimiz gibi giderse 2021'den sonra dahi ücretsiz olarak devam edebiliriz. Ancak dijital dünyada her şeyi önceden kestirmek, beş yıl sonrasını şimdiden planlamak çok kolay değil. Biz de burada tutamayacağımız bir söz vermek istemediğimiz için projenin 2021 sonuna kadar ücretsiz olduğunu söyledik. Ama 2021'den sonra da bu hizmeti mümkün olduğunca ücretsiz vermek istiyoruz. Aynı kapsamda mı ilerleyeceğiz, hangi hizmetler ücretli hangileri ücretsiz olur, bunları o gün geldiğinde yeniden değerlendireceğiz.

YÜKSEK REKABET Piyasada, e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye gibi hizmetlerin verildiği alanda rekabet çok yüksek. Birçok şirket bu hizmetleri veriyor. Herkes şunu bilmeli ki eğer ücretli yapmaya karar verirsek piyasadaki fiyatların üzerinde bir ücretlendirme politikamız olmayacak. İsteğimiz, mümkün olduğunca fazla KOBİ'ye ulaşmak. Bu dijital hizmetleri ücretsiz olarak verdiğimiz sürece KOBİ'ler de QNB Finansbank ile daha fazla çalışmak isteyecek.

KOBİ'lere dijital çözümler sunan şirketlerle ortaklıkları kapsıyor. Bu şirketlerin çözümleri de yine Dijital Köprü'ye dâhil olacak. Bu çözüm ve hizmetleri de Dijital Köprü'ye dâhil olan KOBİ'lere mümkün olduğunca geniş kapsamda ve yine ücretsiz şekilde sunmak istiyoruz. Yeni çözümleri kapsayacak Dijital Köprü Platformu'nu şubat, mart gibi duyuracağız. Kısaca odağımızda Dijital Köprü'nün çeşitlenmesi, çözüm ortaklarının sayısının artması ve daha fazla KOBİ'nin projeye dâhil olması var.

Proje için özel bir ekip mi var?

Evet, proje için özel bir ekip oluşturduk ve sonra da o ekibi yaklaşık üçe katladık. Burada şirketler özellikle yasal sürelerin son tarihlerine geldiğimizde aktivasyonlarının yapılması hedefiyle harekete geçiyor. Bu açıdan da talep sızması var ama genel talep de çok fazla. Bu dönemde sadece çağrı merkezi ekibimizin kadrosu 235'e ulaştı.

Projeye 2020'nin sonunda kaç KOBİ ile Dijital Köprü aracılığıyla çalışmayı hedefliyorsunuz?

e-Dönüşüm'deki yeni mevzuat düzenlemesiyle beraber yaklaşık 300 binin üzerinde KOBİ, yasal olarak bu işin içine girmiş ve e-Dönüşüm ürünlerini kullanmaya başlamış olacak. Biz de Dijital Köprü aracılığıyla 2021 yılında en az 100 bin KOBİ'ye ulaşmayı hedefliyoruz.

e-Fatura KOBİ'lerin hayatlarına neler getirdi?

e-Fatura'nın KOBİ'lere en büyük faydasının onları kağıttan, kağıdın getirdiği düzensizlikten ve maliyetten kurtarmak olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca KOBİ'ler istedikleri zaman istedikleri faturanın kaydını arşivden kolayca bulabiliyor. KOBİ'ler dijitalleşmeyle beraber veriye de hâkim olmaya başlıyor ve ciro, kâr, zarar gibi tüm bilgilere kendisi de ulaşabiliyor. Keza Dijital Köprü'de e-Fatura, e-Arşiv gibi çözümler sunuyoruz ama



yakın zamanda insan kaynaklarıyla, muhasebeyle, dış ticaretle ilgili bir modüllerimiz de olacak. Buraya dâhil edeceğimiz ortaklardan istediğimiz şey ise bu modüllerin birbirleriyle entegre çalışabilmesi olacak. Bu da KOBİ'lerin hayatını kolaylaştıracak.

Temmuzda yeni bir tebliğ daha geliyor. KOBİ'lere önerile-

rinizi alabilir miyiz?

KOBİ'lere ana tavsiyem bu geçiş için son anı beklememeleri yönünde. Zorunluluk eğer ücretliyse belki son dakika beklenebilir ama Dijital Köprü ile zaten bu hizmetleri ücretsiz veriyoruz. Ücretsiz verilen bu çözümler KOBİ'lere maliyet tasarrufu sağlıyor. Bu maliyet tasarrufunu son dakikayı

"KOBİ'lere tüm iş alanlarında destek veriyoruz"

"KOBİ bankacılığında sadece kredi vererek büyümek istemiyoruz. KOBİ'lere tüm iş alanlarında destek veriyoruz. Dijital Köprü ile dijitalleşmelerine yardımcı olurken başka çözümlerle de KOBİ'lerin hayatını kolaylaştırıyoruz. KOBİ'ler bankayla birçok alanda çalışabiliyor, her birinin ayrı ayrı ücretleri olabiliyor. Bu da maliyetli olup kafa karıştırabiliyor. "Rahat Paket" isimli çözümümüzde, ilgili KOBİ ölçeğine ve yaptığı işe göre yıllık sabit bir ücret ödüyor ve onun dışında her çözümü ücretsiz alabiliyor. KOBİ'lere akıl rahatlığı veren bu paketten müşterilerimizin yüzde 50'si yararlanıyor. Ayrıca KOBİ'lerin hizmet almak için şubeye gelmesi şart değil. İnternet ve cep şubelerimiz ile çağrı merkezimiz KOBİ'lere özel kurgulandı. Bu da onlara kolaylık sağlıyor."

beklenmektense ilk günden elde etmek onların yararına olacak.

Dijital dönüşüm doğrultusunda başka çalışmalarınız var mı?

Makine öğrenme teknolojilerine, sanal zekâyaya yatırımlar yapıyoruz. Bununla ilgili 'Q' denilen, müşterilerin hangi işlemleri yapmaları gerektiğini ya da davranışlarına göre hangi işlemleri yapacağını tahmin ederek onları yönlendiren bir sanal zekâ çözümü-müz var. Bankamız içindeki analitik IT ekiplerimizin geliştirdiği Q'nun ön lansmanını geçtiğimiz aylarda yaptık. Q'da geliştirmeler devam ediyor. Bu da AR-GE'ye verdiğimiz önemin göstergesi ve iç dijitalleşmemize yaptığımız yatırımlarında da bir çıktısı diyebiliriz.

Müşterilerin dijitalleşmesi tarafında neler yapıyorsunuz?

2019'da özellikle üst gelir grubu müşterilerimize yönelik yeni bir cep şube uygulamasına geçtik. Yine dizayn düşünme yöntemiyle mobil uygulamamızı ve kanallarımızı baştan tasarlıyoruz. Bunların lansmanı da 2020 ya da 2021 içinde yapılacak. KOBİ'lere yönelik banka şube uygulamamızı da yeniden tasarlıyoruz.

QNB Finansbank için KOBİ bankacılığının önemi nedir?

KOBİ bankacılığında özel bankalar arasında dördüncü sıradayız. Banka bilançosunun yaklaşık 3'te 1'lik kısmını KOBİ'ler oluşturuyor. 2019'da sektördeki toplam KOBİ kredilerindeki pazar payımız yüzde 5,6'ya, özel bankalar arasında KOBİ kredilerindeki pazar payımız yüzde 10,6'ya ulaştı. Özel bankalar içinde 2019'da burada 1,5 puanlık pazar payı kazandık. Bu da KOBİ'lere ne kadar güçlü destek olduğumuzun göstergesi. 2020'de sektörden yüzde 30-40 daha hızlı büyümek istiyoruz. Beklentimiz piyasanın yüzde 15 büyümesi, biz ise KOBİ tarafında yüzde 20'lerde büyümeyi hedefliyoruz. ■



Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr

"PERAKENDEDE DÖNÜŞÜM ŞART"

Erkek giyim markası Kiğılı'nın patronu ve sektörün deneyimli ismi Abdullah Kiğılı, perakende sektöründe dönüşümün kaçınılmaz olduğuna dikkat çekiyor. Sektörün geleceğinin yurtdışı, e-Ticaret ve dijitalleşmedeki başarısına bağlı olduğunu anlatan Abdullah Kiğılı, buradan yola çıkarak şirket olarak e-Ticarette yüzde 100 büyümek istediklerini söylüyor. Kiğılı, bu doğrultuda yapay zeka teknolojilerine yatırım yaptıklarını söylüyor.



► Tekstil ve hazır giyim sektörünün duayen ismi Kiğılı Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kiğılı, 55 yıla uzanan iş yaşamında ihtilaller, muhtıralar, ekonomik krizlerle iki ileri bir geri giden ortamda iş yapmış bir isim... Sektörün deneyimli ismi bugüne baktığında ise perakendenin en zor dönemi yaşadığını söylüyor. Geline nokta dönüşümün şart olduğunu dile getiren Abdullah Kiğılı'ya göre Türkiye'de artık AVM açılmaması gerek. Hatta varolan AVM'lerin her yıl yüzde 5 ile 10'unun eleneceğini söyleyen Kiğılı, "İyi iş yapan 50 AVM haricindeki 450 AVM'nin işi gerçekten zor. Kiracıyı kaçırmamak için AVM'lerin satışlar üzerinden kira alması gerekiyor. Aksi takdirde kiracıyı ellerinde tutamayacaklar. Kiracılar da zarar etmek yerine, dükkan kapatmayı tercih edecekler. Perakendenin en zor dönemine girdik. Bugün içinde bulunduğumuzdan daha büyük kriz görmedik diyebilirim" diyor.

Abdullah Kiğılı'ya göre sektörün geleceği iki konuya bağlı. Yurtdışına açılma ve e-Ticaretteki başarının sektörün geleceğini belirleyeceğini aktaran Kiğılı, şirket olarak e-Ticarette yüzde 100 büyüyeceklerini söylüyor. Trafik, dönüş, net ölçümlene gibi faktörleri kapsayan yapay zeka teknolojilerine de önemli yatırımlar yaptıklarını dile getiren Abdullah Kiğılı ile sektördeki dönüşüm ve geleceği konuştuk...

SEKTÖRÜN İKİ DÖNÜM NOKTASI Perakende sektörünün iki dönüm noktası olduğunu söyleyebilirim. Bunlardan birincisi Turgut Özal'ın 1983-84'te yaptığı ekonomik reformlardır. İkincisi ise 1988'de Galleria Alışveriş Merkezi'nin açılmasıdır. Kiğılı ikinci mağazasını orada açtı ve AVM'lerde büyüme dönemi açıldı.

Şirketimiz için de iki dönüm noktası var. Bunlardan birincisi 1969'da Sultanhamam'da ailemizden gizli olarak hazır giyime girmiş olmamdır. 1969'da İstiklal Caddesi Mis Sokak'ta ailemizden

ABDULLAH KIĞILI

habersiz bugünkü Kiğılı mağazasını açtım. İkinci ise Osman Boyner'in bana Beymen konfeksiyon fabrikasının ürünlerini Beyoğlu'ndaki Kiğılı mağazasında satmamı istemesidir. Alt katta Kiğılı, üst katta Beymen sattık. 1972 yılında ortak olduk, 1973'te Beymen mağazasını açtık. Ortaklığımız 9 yıl sürdü. 1980'de kendi konfeksiyon fabrikamı kurdum ve Kiğılı hızla büyümeye başladı.

AVM'LERİN İŞİ ZOR Perakende sektöründe yaşanan bugünkü duruma bakılırsa, Türkiye'de artık AVM açılmaması gerektiğini düşünüyorum. AVM'lerin her yıl yüzde 5 ile 10'unun eleneceğini düşünüyorum. İyi iş yapan 50 AVM haricindeki 450 AVM'nin işi gerçekten zor. Kiracıyı kaçırmamak için AVM'lerin satışlar üzerinden kira alması gerekiyor. Aksi takdirde kiracıyı ellerinde tutamayacaklar. Kiracılar da zarar etmek yerine, dükkan kapatmayı tercih edecekler. Perakendenin en zor dönemine girdik. Bugün içinde bulunduğumuzdan daha büyük kriz görmedik diyebilirim.

Biz; verimli olmayan mağazaları kapatıyoruz. Yenileme yatırımları yapıyoruz. Yeni lokasyonlarda mağazalar açmanın yanı sıra, mevcut pazarlardaki metrekaremizi de büyütüyoruz. 2019 yılında 12 mağazamızı yeniledik. Yenileme yatırımlarımız devam edecek. Bir mağazaya 400 bin TL harcadığımızı düşünürsek 2019'da sadece mağaza yenilemeye 5 milyon TL ayırdık.

YAPAY ZEKAYA YATIRIM Perakende sektörünün geleceği iki konuya bağlı. Bunlardan birincisi yurtdışına açılmak. İşimizi yurtdışında yapabilecek zengin bir kültüre ve birikime sahibiz. Rekabet gücümüz büyük. Devlet de Turquality ile markaların yurtdışında büyümesini destekliyor. İkinci ise e-Ticaret. Tabi ki başarılı olmak için e-Ticaret doğru yapmak, lojistik dahil her adıma hakim olmak gerekiyor. Biz de bu noktada e-Ticarette varlığımızı artırıyoruz. Erkek giyimin yanı sıra özel üretim ev tekstili ürünlerine de yöneldik. Trafik, dönüş, net ölçümleme gibi faktörleri kapsayan yapay zeka teknolojilerine önemli yatırımlar yapıyoruz. Dijital pazarlama,

diğer mecralardan daha fazla tercih edilir hale gelmiş durumda. 2020'de AR-GE ve teknoloji alanına ayırdığımız bütçeyi artırarak büyümeye devam edeceğiz. Hedefimiz e-Ticarette yüzde 100 büyümeye.

HEDEF YÜZDE 20 BÜYÜMEK 1938 yılında erkekler için kumaş satışı amacıyla kurulan markamız, bugün dünya üzerine yayılmış 300'e yakın satış noktasına haftada 150 bin adet üzerinde ürün gönderen, dünya moda devlerinden biri olma vizyonuyla çalışan ve erkek giyiminde ilk 10 küresel markadan biri olmayı hedefleyen bir konumda. 2019'u 100 milyon Euro ciro ile kapattık. 2020'de yüzde 20 büyümek istiyoruz. Yurtdışında 67 ilde, 226 mağazamız var ve hepsi kendi mağazamız. Yurtdışında kendimize ait beş mağazamız ve toplam 98 satış noktamız bulunuyor. Bugün 22 ülkede 100 satış noktasındayız. Önümüzdeki yıl ihracatı yüzde 100'ün üzerinde artıracacağız. Yurtdışında franchise veriyoruz. e-Ticarette ise yüzde 100'ün üzerinde büyüme planımız var.

"FARKLI DİJİTAL ENSTÜRÜMANLAR KULLANIYORUZ" Bugün mağazalarımızda yapılan alışverişin yüzde 82'si banka ve kredi kartlarıyla yapılıyor. Bu da önemli bir dataya ulaşmamızı sağlıyor. Alışveriş yapanların büyük bir çoğunluğunun gençler olduğunu görüyoruz. Dolayısıyla gençlerin zevklerine uyum sağlayabilenler ve hızlı olanlar başarılı olacak. Biz de son iki yıldır tamamen gençleştik. Hızlı bir şekilde gençleşmeye devam ediyoruz. Yeniliklere açık bir marka olarak, müşteri memnuniyetini artırabileceğimiz ve markamıza katkı sağlayabileceğimiz inovasyonlara odaklanıyoruz. Hedefimiz herkese ulaşan, herkesin hayatına dokunan ve hayatını kolaylaştıran bir marka olmak. Hedef kitlemize genç beyaz yakalıları ekledik. Pazarlama ve iletişim stratejimizi de bu doğrultuda dönüştürdük. Bu kitleye hitap eden dijital ve yeni nesil mecralarda Kiğılı markası artık daha görünür oldu. Bu yeni stratejimizin yüzde 50'sini dijital mecralar oluşturuyor. Pazarlama sürecinde farklı dijital enstrümanlar kullanıyoruz. iBeacon teknoloji bunlardan biri."

Tabi ki başarılı olmak için e-Ticareti doğru yapmak, lojistik dahil her adıma hakim olmak gerekiyor.

"YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLERE YATIRIM ŞART"

abas Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Y. Serhan Oralp, dijital dönüşümün günümüzde KOBİ'ler de dahil olmak üzere tüm şirketler için bir seçim değil, zorunluluk olduğunu vurguluyor. Oralp, "Dijitalleşme sürecinde yenilikçi teknolojilere yapılacak yatırımın yanı sıra, mevcut işgücünün eğitilmesi ve iş süreçlerinin de gözden geçirilerek optimize edilmesi ilk yapılacaklar listesinde yer almalı" diye konuşuyor.

Aram Ekin Duran eduran@ekonomist.com.tr



Rekabetçi iş dünyasında başarı verimli süreçlere, stratejik yatırımlara ve motive edilmiş bireylere bağlı olarak elde ediliyor.

Tüm bu süreçler etkin bir şekilde yönetildiğinde, en yıkıcı teknolojik değişikliklerin bile şirkete zarar vermesinin önüne geçilebilir. Ancak bu seviyede bir çevikliğe ulaşmak, karmaşık altyapılar, yüksek işlem hacimleri ve dinamik iş modelleri karşısında hiç de kolay değil.

Dünya genelinde imalat yapan işletmelerin dijital dönüşümle değişimi yakalamalarına ve kâr sağlamlarına yardımcı olan abas, işte bu noktada devreye giren şirketlerden biri. 2020 yılı itibarı ile Türkiye'de 15'inci yılını kutlayan abas, bayi ağı ile birlikte



İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Kocaeli, Sakarya, Tekirdağ ve Antalya'da, pek çok farklı sektörde faaliyet gösteren müşterilerine dijital dönüşüm çözümleri sunuyor. abas Türkiye Genel

Müdür Yardımcısı Y. Serhan Oralp ile şirketin geçirdiği dijital dönüşüm sürecini ve yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz? Ne zaman kuruldu? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

1980 yılında Almanya'da kurulan abas, dünya genelinde 4 bin orta büyüklükteki üretim ve dağıtım

firmalarına eksiksiz bir ERP tedarigi sağlıyor. Bugün itibarıyla şirket 450 çalışanı istihdam ediyor. Dünya genelinde imalat yapan işletmelerin dijital

dönüşümle değişimi yakalamalarına ve kar sağlamalarına yardımcı oluyoruz. İleri teknoloji bir ürün olan, esnek ve uyarlanabilir ERP yazılımımızın ve akıllı iş süreçleri danışmanlığımızın yanında, hem çalışanlarımızın hem de iş ortaklarımızın engin tecrübeleri ile firmalara işlerini her zaman ileri taşımalarında destek olmaya devam ediyoruz.

Şirket olarak müşterilerinize ne gibi hizmetler veriyorsunuz?

Biz, ihtiyaçlar ve kapasite için en uygun ERP dağıtım seçeneğinin ne olduğunu anlamak için müşterilerimizle birlikte çalışırız. Kendi donanım altyapısını güçlendiren lokal kurulumların yanı sıra, BT altyapılarının bir kısmını müşterilerimiz için yönettiğimiz bulut taban ile birleştirilen hibrit bulut gibi dağıtımlar sunuyoruz. Diğer avantajlarımızdan biri de mobile verdiğimiz önem. abas ERP’de depo, üretimden veri toplama, satış, CRM, servis gibi birçok süreci mobil uygulamalar ile yönetiyor. Bu sayede daha hızlı ve kolay bir süreç yönetimi sağlıyoruz. Endüstri 4.0 kapsamında makinalar ile haberleşmek önemli. abas Connect modülümüz ile abas, makine kontrol sistemleri, yardım-destek sistemleri, depo yönetim yazılımları, kendiliğinden çalışan sistemler, web servisleri, vb. sistemler arasında oldukça esnek, standartlaştırılmış iletişimi sağlayan bir entegrasyon platformu sunuyor.

Önümüzdeki dönemde yeni projeleriniz var mı?

Haziran 2019’da merkezi Austin, Teksas’ta bulunan ve global yatırım şirketi olan Battery Ventures tarafından desteklenen, Avrupalı ERP yazılım grup firması Forterro, merkezi Almanya’da bulunan ve 27 ülkede bağlı ortaklıkları olan ERP tedarikçisi firmamız abas Software AG’yi kesin bir anlaşma ile satın aldı. Bu alımı, abas’ta bir dizi stratejik yeni ürün girişimleri ve yönetim düzeyinde işe alımlar takip edecek. Öncelikli olarak odaklanılacak konu başlıkları, abas’ın mevcutta sunduğu bulut çözümlerini

“QNB eFinans ile işbirliği yapıyoruz”

“Dijital dönüşüm bizim işimizin merkezini oluşturuyor. ERP yazılımlarının yapıtaşlarından biri olduğu dijital dönüşümün günümüzde KOBİ’ler de dahil olmak üzere tüm şirketler için bir seçim değil zorunluluk olduğu aşikar. Hizmet sağladığımız firmalar ile entegratör olarak QNB eFinans kullanıyoruz. Entegratör, abas ERP ile otomatik veri alışverişi yapmalarını sağlıyor ve verileri yedekleyerek kriz ve felaket halinde yaşanan kayıpları engelliyor. Bu durum müşterilerimize oldukça yüksek avantaj sağlıyor.”

genişletme, temel ERP çözümü etrafında daha büyük bir çözüm ekosistemi kurma ve dikey SaaS çözümlerini geliştirme olarak belirlendi.

Bu yatırım şirkete nasıl bir katkı sunacak?

Bu yatırım, abas’a ekosistemini ve Türkiye’nin de dahil olduğu abas’ın uluslararası varlığını daha da genişletme fırsatı verirken, grup ve kardeş şirketlerinin kaynaklarını, uzmanlığını ve sermayesini kullanarak yeni ve gelişmiş ürün ve hizmetlerin pazara sunulma süresinin geliştirilmesi bekleniyor. abas Connect ile 2020’de, makine kontrol sistemleri, yardım-destek sistemleri, depo yönetim yazılımları, kendiliğinden çalışan sistemler, web servisleri, vb. sistemler arasında oldukça esnek, standartlaştırılmış iletişimi sağlayan, orta ölçekli işletmeler için bir entegrasyon platformu sunmayı planlıyoruz. Hızlı uygulama ve önemli ölçüde azaltılmış arayüz bakım maliyetleri ve dolayısıyla düşük toplam sahip olma maliyeti ile yatırımda hızlı bir geri dönüş sağlayacak.

Sizce şirketler ‘dijital dönüşüm’ için neler yapmalı?

Dijital dönüşümün mevcut durumu ile ilgili açıklanan son raporlar bu konuda tüm dünyada ilerlemenin yavaş olduğunu ve dijital dönüşüm projesi yapan şirket sayısının bir önceki döneme göre sadece yüzde 5 artış gösterdiğini ortaya koyuyor. Dijitalleşme sürecinde yenilikçi teknolojilere yapılacak yatırımın yanı sıra, mevcut işgücünün eğitilmesi ve iş süreçlerinin de gözden geçirilerek optimize edilmesi ilk yapılacaklar listesinde yer almalı. Biz de abas Türkiye ekibi olarak KOBİ’lere sağladığımız, süreçlerle yönetim ve süreç iyileştirme danışmanlık hizmetimizle ve bu hizmet sonrasında süreçlerin dijital ortama aktarılmasında kullandığımız abas BPM iş süreçleri yönetimi yazılım çözümümüzle işletmelerin dijital dönüşüm projelerine başlamalarını kolaylaştırıyoruz.

"ALIŞVERİŞ HİZMETİNİN KALİTESİ ARTTI"

Dünya genelinde 53 ülkede 2 binin üzerinde çalışanı ile vergisiz alışveriş işlemi gerçekleştirdiklerini belirten Global Blue Türkiye Genel Müdürü Selim Şeyhun, dijital dönüşüm hamlelerinin hem perakende sektörünün ve hem de turistlere verilen hizmetin kalitesini artırdığını söylüyor. Selim Şeyhun, "2020'de Tax Free alışverişlerinin yüzde 20 büyümesini öngörüyoruz" diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr



Selim Şeyhun, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Dijital dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

Türkiye'de Global Blue dijital dönüşümü de e-fatura sisteminin gelişmesi ile beraber başladı ve 1 Temmuz 2017'den itibaren Tax Free e-Fatura'larının gümrük onayları da Maliye Bakanlığı sistemleri üzerinden Global Blue'ya dijital olarak ulaşmaya başladı.

Dijital dönüşümün ne gibi katkıları oldu şirketinize?

Bence dijital dönüşümün katkıları Global Blue'dan daha çok hem ülkemizi ziyaret eden ve Tax Free sistemini kullanarak alışveriş yapan turistlere hem de bu hizmeti Global Blue sistemleri üzerinden sağlayan organize

Global Blue, yaklaşık 40 yıl önce 'Tax Free Shopping', 'Vergisiz Alışveriş' imkânını ilk defa bir hizmet olarak geliştirerek, günümüzde de bu sektörün dünya çapında tanınan lideri. Global Blue, dünyada hem seyahat hem de alışveriş yapan 'Globe Shopper'ların deneyimlerini geliştirmeye yönelik sunduğu ürün ve hizmet yelpazesi ile perakendeciler ve iş ortaklarına artı değer yaratmayı hedefliyor.

Global Blue, Globe Shopper'lara dünya genelinde en lüks markalar da dahil olmak üzere, 305 bin perakende mağazasında sunduğu vergisiz alışveriş çözümleri ile, en hızlı ve en güvenilir şekilde yüzde 20'ye varan iade imkanından faydalanmalarını sağlıyor. Dünya genelinde 53 ülkede 2 binin üzerinde çalışanı ile vergisiz alışveriş işlemi gerçekleştirdiklerini belirten Global Blue Türkiye Genel Müdürü Selim Şeyhun, "1996'dan bu yana faaliyetimizi Türkiye çapında 8 bini aşkın perakende noktasında, şehir içi iade ofisleri ve sınır kapılarındaki 45 iade noktası ile sürdürüyoruz" diyor.



2020'de neler öngörülüyor?

YÜZDE 28'LİK BÜYÜME 2019 yılı Tax Free satışları Türkiye'de yüzde 28 büyüdü. İşlem adetleri yüzde 21 ve alışveriş başına düşen averaj harcama ise yüzde 5 büyüme gösterdi. İşlem adetlerindeki yüzde 21 artış sağlıklı bir büyümenin işareti. Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artış ile de orantılı. 2020 yılında da Tax Free alışverişlerinin normal şartlar altında yaklaşık yüzde 20 oranında büyümesini öngörüyorum ve perakende dünyasının özellikle Çinlilerden beklentilerinin çok büyük olduğunu da eklemek istiyorum.

ÇİNLİLERE ÖZEL PLATFORM Avrupa'da Çinliler toplamdan yüzde 45 civarı pay alırken bu ülkemizde sadece yüzde 13'ler civarında. Bu yıl hem ileri gelen lokal perakendeciler, hem de bazı alışveriş merkezleri Çinlilere özel tanıtım programları ve pazarlama faaliyetlerinde bulunuyorlar. Çinliler özelinde kullanılan dijital ödeme platformları da ülkemizde geliştikçe harcamaları artacaktır. Çinliler, kampanya, indirim ve veya alışverişlerde ekstra hediye gibi promosyon çalışmalarına çok önem veriyorlar ve bu gibi bilgilerin kendilerine dijital veya mobil platformlarda ulaştırılması önemli bir hal alıyor.

perakende sektörüne oldu. Turistlerin, gümrük onaylarını dijital bir şekilde alabilmesi gümrükte geçirdikleri onay için gerekli zamanı ciddi oranda kısalttı. Perakendecilerin ise vergi daireleri ile Global Blue'nun verdiği icmaller doğrultusunda yaptığı mutabakatların süresine çok ciddi katkıda bulundu.

Tax Free fatura alanında QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirliği ve şirketinize sağladığı katkı hakkında bilgi verir misiniz?

QNB eFinans ile işbirliğimiz aslında Tax Free'nin e-fatura sistemine de geçişinden önce başladı. Neredeyse iki yıl boyunca karşılıklı fikir alışverişleri ve uygulanabilecek modeller üzerinde konuşarak bir hazırlık sürecinde geçti. QNB eFinans şu an Maliye Bakanlığı sistemleri üzerinden gelen gümrük onaylarının Global Blue'ya ulaşmasını sağlıyor. Düşünün ki, bir turist havalimanında gümrük onayı ve sonrasında KDV iadesini alması arasındaki süre 3-4 dakika kadar ve dolayısı ile bu dijital onayların Global Blue'ya zamanında düşmesi, onaysız işlemlere iade yapamadığımız düşünüldüğünde çok büyük önem arz ediyor. Her geciken onay ciddi bir turist memnuniyetsizliğine ve hatta mağazalara kadar ulaşabilecek şikayetlere yol açabilir. Dolayısı ile QNB eFinans'ın rolü ve sistemlerinin devamlı olarak gelişmesi sadece Global Blue için değil, ayrıca perakende sektörü ve farkında olmasa da turistler için çok önemlidir.

Türkiye'de işletmelerin dijitalleşme hızını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'de bazı dijitalleşme süreçleri gerçekten çok hızlı yol alıyor. Özellikle bankalar ve perakende sektöründe öncü büyük kurumlar

dijital deneyimde çitayı oldukça yukarı ve oldukça çabuk taşıdı. Fakat özellikle Çinli ziyaretçilerin kullandığı bazı dijital ödeme platformlarının kabulünün Avrupa'ya göre biraz gecikmiş olduğunu görüyoruz kendi sektörümüzde. Tabii ki ben bunun biraz da ihtiyaç ile doğru orantılı projelerin önceliklendirme sebebine bağlı olduğunu düşünüyorum.

Önümüzdeki dönemde dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm konusunda atacağınız yeni adımlar nelerdir, projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Yurt dışındaki merkezi ürün ekiplerimizin bu konularda ciddi çalışmaları var. Önemli olan dijital süreçleri kullanarak turistlerin KDV iadelerini pürüzsüzleştirmek ve daha az adımda iadelerini alabilmeyi sağlamak. Bunun için üzerinde çalıştığımız bir mobil iade sistemi projemiz var. Ciddi oranda Tax Free kullanımını ve hem turist hem de mağazaların deneyimlerini geliştirmeyi hedefliyoruz.

QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirlikleri hakkında bilgi verir misiniz? Bu işbirlikleri şirketinize nasıl bir katkı sağladı?

QNB eFinans ile beraber güzel sonuçlar aldık, hem Global Blue olarak QNB eFinans'a Tax Free süreçleri ve uygulamaları konusunda deneyim kattık hem de QNB eFinans Global Blue'ya teknik altyapısı ve entegratörlük hizmeti ile perakende sektörüne ve turistlere olan hizmetimizin kalitesini arttırdı. Umuyorum dijitalleşme ve teknoloji yönünde yenilikler çıktıkça QNB eFinans ile de çalışmalarımız artarak devam edebilir.

Günlük ihtiyaçlara çözüm

OFİSTE DİKKATİNİZ DAĞILMASIN

Açık bir ofis ortamındaysanız aynı alanı iş arkadaşlarınızla paylaşırken dikkatiniz dağılıbilir. Luxafor ise bunu engellemeye yönelik bir ürün. Luxafor kullanmak, iş arkadaşlarınızın ne zaman meşgul ve odaklanmanız gerektiğini ve ne zaman sohbet etmeye hazır olduğunuzu bilmelerine yardımcı oluyor. Cihaz, bilgisayarınıza USB kablosuyla bağlanıyor. Yeşil ışığı (kullanılabilir) veya kırmızı ışığı (meşgul) yakarak meşgul olup olmadığınızı belirtmek için kullanabilirsiniz. İş arkadaşlarınız sizi ne zaman rahatsız etmeyeceğinizi bileceğinden, kesintileri minimumda tutmaya yardımcı olur. Ayrıca Luxafor, üzerinde çalıştığınız programa bağlı olarak kırmızı veya yeşil renkte otomatik olarak yanmak için Desktime uygulaması ile de senkronize edilebilir.



Saatle kan şekerini ölçüyor

Doktora gitmeyi sevmiyor musunuz? Şirketler, geliştirdikleri uygulamalarla artık sağlık teknolojisi cihazlarını eve taşımak için yapay zeka kullanıyor. Yaşamsal belirtileri ölçmek ve sağlığımız hakkında başka tahminler yapmak için kullanılan yapay zeka, gerçek bir doktorun sizi uzaktan incelemesine bile izin verebiliyor. Örneğin, kan örneği olmadan birinin kan şekeri seviyelerini tahmin edilebiliyor. Glutrac da vücuttaki kan şekeri seviyelerini ölçmeyi amaçlayan bir akıllı saat. Saat, kalp atış hızı da dahil olmak üzere çeşitli hayati belirtileri topluyor ve daha sonra kan şekeri hesaplamak için bir yapay zeka algoritması kullanıyor. Saatin arkasındaki sensörler, sağlık verilerini her 15 dakikada bir otomatik olarak kaydedebiliyor ve saatin yanında isteğe bağlı okumalar alabileceğiniz bir parmak sensörü bulunuyor.



ARABALARA SANAL GÜNEŞ SİPERİ

Teknolojinin en fazla kullanıldığı sektörlerden biri de otomotiv. Özellikle kullanım kolaylığı sağlama konusunda yeni ürünler geliştiriliyor. Teknoloji şirketi Bosch da otomobiller için sanal vizör adındaki yeni ürününü tanıttı. Gündüz seyahatlerinde güneşin cama yansımaları, birçok sürücüyü rahatsız ediyor. Sanal vizör de geleneksel araç güneş siperinin yerini alacak şekilde tasarlanmış. Şirket, sistemin sürücünün gözlerinin tam konumunu bulmak için yapay zeka kullandığını söylüyor. Yapay zeka uygulaması sayesinde sürücünün yüz hareketleri algılanıyor. Daha sonra otomobilin ön camının sadece güneşin sürücünün görüşünü etkileyebileceği küçük bir kısmını karartıyor.

Günlük ihtiyaçlara kolay ve verimli bir şekilde cevap veren teknolojiler artıyor. İki cihazı anda şarj eden priz, taşınabilir tarayıcı ve arabalarda kullanılan sanal güneş siperi bunlara birer örnek. İşte size yardımcı olacak yedi farklı teknoloji!

üreten teknolojiler

İKİ CİHAZI AYNI ANDA ŞARJ EDEBİLİYOR

Akıllı telefondan tablete, bluetooth'lu kulaklıktan hoparlöre, günlük yaşamda kullandığımız pek çok elektronik aleti sık sık şarj etmemiz gerekiyor. Ekstra bir güç adaptörüne gerek duymadan şarj olanağı sağlayan prizler, evde ya da bulunduğumuz her ortamda adaptör taşıma derdine son veriyor. Buna yönelik ürünler geliştiren Günsan'ın Visage 2 USB'li topraklı prizi, çift portuyla tüm elektronik cihazlar için adaptöre ihtiyaç duymadan şarj olanağı sağlıyor. Cihaz, telefon ve tablet gibi cihazları aynı anda hızla şarj ederek, zamandan da tasarruf elde edilmesini sağlıyor. 2.4 A kapasitesine sahip priz, vidasız terminalleri ile kolay monte edilebiliyor. İki cihazı aynı anda şarj edebilen ve çocuk koruma özelliği de bulunan topraklı prizin, beyaz, krem, metalik bej, gümüş, metalik beyaz, siyah, mocha ve füme renk alternatifleri de bulunuyor.



EVİNİZİN HAVASINI DEĞİŞTİRİN!

Evde ve iş yerinde kendinizi iyi hissetmeniz ve sağlığınız için iyi kalitede ve temiz hava çok önemli. Oda havası, sağlığınızı olumsuz etkileyebilecek toz ve zararlı maddeler içerebiliyor. Bunu önlemek için son zamanlarda hava temizleme cihazları popüler hale geldi. Bunlardan biri de Electrolux'un yeni Pure A9 hava temizleme cihazı. Cihaz, evinizin havasında bulunan sağlığa zararlı bileşenleri ve rahatsız edici kokuları akıllı sessizlik teknolojisi ile temizliyor. Pure A9, bulunduğu ortamın hava kalitesini sürekli olarak izliyor. Bu sayede ister evde, ister hareket halinde olun mobil uygulama üzerinden evinizin hava kalitesini kontrol edebilir ve optimize edebilirsiniz. 360 derece filtre ve toplamda beş kademedeki oluşan filtre sistemiyle Pure A9 kişisel ve mevsimsel ihtiyaçlarınıza göre ayarlanabiliyor.



TAŞINABİLİR TARAYICI

Ofis ortamında yer ve zamandan tasarruf etmek önemli oluyor. Taşınabilir tarayıcı Doxie Go SE de burada devreye giriyor. Kağıt belgelerinizi, makbuzlarınızı veya fotoğraflarınızı tarayıp kısa bir süre içinde bilgisayarınıza veya bulut hizmetinize göndermeniz yeterli oluyor. Doxie Go SE kompakt, hafif ve fazla bir yer kaplamıyor. Böylece onu istediğiniz yere götürebilirsiniz. Şarj edilebilir pili, şarj başına 400 taramaya kadar dayanıyor. Ofis dışında ise yanınızda bir bilgisayar olmadığında da Doxie Go SE için sorun değil. Herhangi bir sürücüyü gerek duyulmuyor. Sadece belgenizi yerleştirmeniz ve taramanız yeterli. Doxie Go SE, taramaları genişletilebilir SD kartına kaydediyor veya doğrudan e-postanıza veya favori bulut uygulamanıza gönderiyor.



Giyilebilir hava temizleyici

İklim değişikliği birçok ülkede farklı hava olaylarına neden olurken, soluduğumuz hava da daha kirli hale geliyor. Bunun için şirketler de bir sürü cihaz geliştirme yarışında. Bunlardan biri de Aō Air adlı şirket. Aō Air, kirli havaya sahip mega şehirler için Atmos adında kişilere özel giyilebilir bir hava temizleyici tanıttı. Cihaz, kirliliği önlemek için teknoloji ürününü bir yüz kaplaması olacak şekilde tasarlamış. Arıtıcı, bir filtreleme sisteminden havayı çekiyor ve ardından cihazın önünde küçük bir temiz hava alanı oluşturmak için fanları kullanıyor. Şirket, tasarımın, sağlam bir contaya ihtiyaç duymadan havanın arıtılmasına izin verdiğini söylüyor.



"2020'DE YÜZDE 50 BÜYÜYECEĞİZ"

Penti, 2018 yılında dijital dönüşüm için düğmeye bastı. Şirket bugüne kadar yıllık yatırımlarının yüzde 25-30'luk kısmını dijital dönüşüme ayırdı. 2020 yılında dijital yapılan yatırımların da verdiği ivmeyle agresif bir büyüme hedefleniyor. Penti Giyim CEO Mert Karabrahimoğlu, "2020 yılında hedefimiz satış alanımızı yüzde 50 oranında büyüterek 2 milyar TL'lik bir ciroya ulaşmak" diyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan asakarya@ekonomist.com.tr



Penti'nin öyküsü 1950 yılına kadar gidiyor. Şirket, Türkiye'de sanayileşmenin sınırlı olduğu bu dönemde, iki girişimci kardeş Mois ve Yasef Kariyo'nun güçlerini tek çatı altında birleştirmesiyle 1970 yılında Öğretmen Çorap adını aldı. Bir yıl sonra İstanbul Bayrampaşa'da kurulan tesisle üretime girildi. 1980'li yıllarda ailenin ikinci kuşak temsilcisi Sami Kariyo'nun şirketin başına geçmesiyle markalaşma süreci başladı. Bugün Penti, dünya genelinde 600 mağaza ve 1,5 milyar TL'lik cirosuyla perakende sektörünün önemli oyuncularını arasında yer alıyor. 2018 yılında dijital dönüşüm süreci başlayan şirket, 2020'de satış alanını yüzde 50 oranında büyüterek 2 milyar TL'lik bir ciroya ulaşmayı hedefliyor. Penti Giyim CEO Mert Karabrahimoğlu'yla şirketin dijital dönüşüm yolculuğunu ve gelecek hedeflerini konuştuk.

Kısaca Penti'den bahsedebilir misiniz?

Yolculuğuna iç giyimle başlayan Penti bugün ev giyim, plaj giyim ve çorap giyim kategorilerinin de lideri konumunda. Çorlu'daki üretim tesisimizde yılda 90 milyonun üzerinde çorap üretimi yapıyor ve dünyanın dört bir yanına ulaştırıyoruz. Üretimimizin yüzde 40'ını private label dediğimiz özel etiketli üretim oluştururken yüzde 10'unu ise Penti markası ile ihraç ediyoruz.

Şirketinizin dijital dönüşüm yolculuğunu ne zaman başladınız?

e-ticaret sitelerinin hayatımıza girmesi ve sosyal medya etkileşim mecralarının bu denli öne çıkması dijital için bir dönüm noktası oldu demek sanıyorum yanlış olmaz. 2018 yılı Penti için dijitalleşme yolunda büyük projelerin başlangıcını yaptığımız önemli bir yıl olmuştu. 2018 yılında düğmeye bastığımız

e-dönüşüm 2014'te başladı

e-DÖNÜŞÜM TAMAMLANDI Penti olarak e-Fatura uygulamasına 2014 yılının başında giriş yaptık. Devamında 2015 yılının başında da arşiv ve fatura da dijitale geçtik. Kağıt faturanın aksine dijital ortamda alınan fatura datası, sistemlerimizle entegre olarak daha kolay ve çabuk kayıt altına alabilmeyi, eş zamanlı kontrol ve mutabakatı da beraberinde getirdi.

ŞEFFAFLIK SAĞLADI Muhasebelerimizin klasik fatura işleme ve zahmetli KDV sorgulama süreçlerinin böylece dijitalleşmesi sağlanmış oldu. Aynı zamanda tüm bu uygulamalar firmaların birbirleri ile olan alışverişlerinde şeffaflık, mutabakat imkanı ve KDV eşleştirmesinde kolaylık sağladı.

dijital dönüşüm sürecine bugüne kadar yıllık yatırımlarımızın yüzde 25-30'luk kısmını ayırdık. Bir taraftan teknolojik alt yapıyı geliştirmek için bir dünya devi SAP ile birlikte Türkiye'de benzeri olmayan bir proje için kolları sıvadık. Diğer taraftan da tedarik zincirindeki karar destek süreçlerimizi verilere dayanarak yöneteceğimiz ve mükemmelleştireceğimiz ayrı bir projeye imza attık.

Nasıl bir katkısı oldu bu projelerin?

Yeni nesil çözümler sayesinde iş süreçlerinin her noktasına erişilebilir; hızla değişen ihtiyaçlara kolayca uyum sağlayarak, bölge, kategori, kanal ve ürün bazında gerçek-zamanlı raporlamayı mümkün hale getirebiliyoruz. Müşteri odaklı iş yapış şeklimizi geliştiren bu yapı müşteri odağımızı desteklerken stok verimliliğini arttırmaya ve yenilikçi ürünlerimizi pazara çok daha hızlı sunabilme imkanını bize sağlıyor. Diğer taraftan tedarik zinciri yazılımlarında stratejik çözümler sunan Solvoyo ile hayata geçirdiğimiz işbirliği şirket içi IT yatırımı yapmaya gereklilik duymadan tüm planlama süreçlerini tek bir platformdan yöneterek optimize etmeye olanak sağlıyor.

2020 yılında gündeminizde hangi konular olacak?

Dijital dönüşüm çalışanları daha verimli ve daha hızlı çalışabilmeleri için kaldıraç görevini üstlenirken, motivasyonu da artırıcı etkili bir yönü barındırıyor. 2020 yılı içerisinde daha çok RPA (Robotic Process Automotion/ Robotik Proses Otomasyonu) üzerine eğilip, bu verimlilik artışını geliştirerek sürdürmeyi planlıyoruz. Katma değerli iş yapabilecek çalı-

şanlarımızın daha az verimli kullanıldığı alanları bu şekilde minimize ediyoruz. Böylece çalışanlarımız kendilerini bireysel ve uzmanlık alanlarını göre geliştirebilecekleri, hem de yaratıcı ve stratejik düşünebilecek şekilde zaman ayırmalarına fırsat yaratmış oluyoruz.

2019 yılını ne kadarlık büyümeyle kapattınız? 2020 hedefiniz nedir?

2020 yılına agresif bir büyüme planı ile giriş yapıyoruz. 2020 yılında hedefimiz satış alanımızı yüzde 50 oranında büyüterek 2 milyar TL'lik bir ciroya ulaşmak. Çoklu kanal stratejisi ile bağlantılı olarak tüm kanallarda aynı paralellikte homojen bir büyüme öngörüyoruz. Büyüme sadece büyüyen operasyonlarımız ile değil kazandığımız yeni müşteriler ve mevcut müşterimizin alışveriş sıklığında yaşanan artışı da içinde barındırıyor olacak.

Google'la ortak proje yürütüyor

MYSIZE'LA İŞBİRLİĞİ Akıllı ölçüm teknolojisiyle tekstil, yapı market ve lojistik sektörlerinde devrim yaratan MySize'ın Türkiye'de iç giyim ve mayo kategorisindeki ilk ve tek çözüm ortağı olduk.

YENİ TEKNOLOJİLER Pazarlama otomasyonları, kişiselleştirilmiş teklifler, mağaza içi deneyimleri dönüştürecek teknolojiler üzerinde çalışıyoruz.

AYRICALIKLI BİR PROJEDEYİZ Google'ın dünya genelinde sektör öncüleri ile omni channel marketing stratejisinin ilerlemesi için yaptığı işbirliğine Türkiye'den katılan 10 markadan biriyiz.

"DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE VERİMLİLİĞİ ARTIRDIK"

Aras Kargo, 40 yıllık deneyimini dijital dönüşümle geleceğe taşıyor. En büyük teknolojik yatırımını en yüksek kapasiteli İkitelli Transfer Merkezi'ne yapan şirket, tam otomatik sistemlerle dönüştürdüğü merkezin kapasitesini saatte 5 bin 500 gönderiden 15 bine yükseltti.

Levent Gökmen Demirciler lgokmen@ekonomist.com.tr



Aras Kargo 40 yılı aşkın bir süredir sektörde faaliyet gösteriyor, toplam 4 binden fazla araç, 800'ün üstünde şube, 28 transfer merkezi ve 14 bin çalışanıyla müşterilerine hizmet veriyor. Türkiye'nin en geniş dağıtım ağına sahip kargo şirketlerinden biri konumunda olduklarına dikkat çeken Aras Kargo Genel Müdürü Utku Ayyarkın ile şirketin dijital dönüşüm sürecini konuştuk.

Dijital dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

Dünya genelinde e-Ticaret sektörü hızlı bir büyüme kaydediyor. Bu büyümenin en büyük oyuncularını e-Ticaret sitelerinde de bu ivmeyi yakalamak için hızlı, güvenli ve kaliteli kargo taşımacılığı beklentisi oluşuyor. Güncel beklentilerin karşılanması global değişime ayak uydurulması için dijital dönüşümün önceliklendirilmesi ve teknolojik alt yapı yatırımları büyük önem taşıyor. Aras Kargo olarak biz de bu değişime ayak uyduruyor, teknoloji tarafındaki altyapı yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. Üç yıl önce başlayan dijital dönüşüm süreci ile ilgili çalışmalarımıza hız kazandırdık.

Dijital dönüşümde bugüne kadar ne gibi adımlar attınız?

Dünya büyük bir hızla dijitalleşirken biz de bu alana yerinde ve doğru yatırımlar yapmayı sürdürüyoruz. Bu sayede yerli ve yabancı e-Ti-



QNB eFinans 'el terminalleri' sağladı

Aras Kargo, acentelerinin gün içerisinde gerçekleştirdiği teslimatlarını, gönderim durumlarını ve cirolarını gün sonunda kendi sistemlerine giriş yapılmasıyla öğrenebiliyordu. Teslimatları anlık takip edip teslim sürecini etkili şekilde yöneterek ciro takibini anlık yapabilmek amacıyla teslimat personellerine 'el terminalleri' sağlayarak

bu cihazları merkez sistemleriyle konuşması için bir proje uygulamaya geçirdi. Bu sayede teslimat noktasındaki bilgiler sistemlerine anlık olarak akacaktı. QNB eFinans, müşterisi olan firmanın el terminallerinin sistemlerini analiz ederek, teslim noktasında nasıl fatura oluşturabilecekleri konusunda uzmanlığını aktardı.

caret markaları başta olmak üzere hız ve güven arayan tüm müşterilerimizin tercih ettiği şirket konumuna geldik. Değişimlere bağlı olarak da operasyonel süreçlerimizde çağın gerekliliği olan tüm yatırımları gelecek stratejilerimiz kapsamında gerçekleştiriyoruz. İlk yatırımlarımızı ağırlıklı olarak araç yenileme, el terminalleri, kaynak planlama yazılımı, elektronik ölçüm tartım sistemleri, konveyör sistemleri gibi teknolojilere yaptık. Dijital dönüşüm sürecimize yazılım ve sistemlerin yanı sıra organizasyonumuzu, şubelerimizi ve transfer merkezlerimizi de dahil ettik.

Başka neler yaptınız?

Bu yatırımlarımızla ve hayata geçirdiğimiz akıllı teknolojilerle büyüme, verimlilik ve kârlılık gibi alanlarda önemli artış sağladık. Bir başka yatırım odağımız da kuryelerimizin olmazsa olmaz parçası el terminalleri. El terminallerine yaptığımız yatırımla bütün iş süreçlerimizi 'doğrudan okuma' yöntemiyle takip edebiliyoruz. Bu sayede işi ilk seferde doğru yapıp, kişi başına düşen iş yükünü doğru planlıyoruz. e-Ticaret firmalarıyla iş birliklerimiz de sahip olduğumuz vizyon, dijitalleşme yatırımlarımız ve operasyonel kapasitemizle doğru orantılı. Yaptığımız bu çalışmalarla sınır ötesi e-Ticaret firmalarıyla birlikte çalışacak operasyonel ve teknolojik alt yapıyı sağlıyor, dünya markası olma hedefimize doğru emin adımlarla ilerliyoruz.

Dijital dönüşümün nasıl bir katkısı oldu?

Dijital dönüşümle operasyonel verimliliğimizi artırdık, müşteri şikâyetleri azaltıldı ve zamanında teslimat oranımızda ciddi artışlar yaşandı. Bu dönüşümle hedeflediğimiz oranların üzerine çıktık. Son yıllarda KOBİ'lerin en çok çalıştığı kargo şirketi haline geldik. Örneğin, 4 milyondan fazla siparişin incelenerek hazırlandığı 2018 Kobi e-Ticaret Raporu'na göre son iki yılda üst



üste 'KOBİ'lerin en fazla tercih ettiği kargo şirketi' seçildik. Jürisi tüketicilerden oluşan ALFA Awards'ta yapılan bağımsız araştırmaya göre yine son iki yıldır peş peşe 'Müşteri Deneyimini En İyi Tasarlayan ve Sunan Marka' olarak ödüllendiriliyoruz.

2019 yılını nasıl geçirdiniz?2020 hedefiniz nedir?

2019'u verimliliğe ve yeni yatırımlara odaklanarak tamamladık. Planladığımız yeni yatırımlarla Ankara, İstanbul, İzmir gibi ticaretin yoğun olduğu büyük şehirlerdeki transfer merkezlerini teknolojik olarak yeniliyoruz. 2019'un ilk çeyreğinde İstanbul Anadolu yakasındaki Orhanlı Transfer Merkezi'ni ve İzmir'deki Transfer Merkezimizi teknolojik olarak yenileyerek sorter sistemine geçirdik. Ankara'nın bu yıl içinde tamamlanmasını planlıyoruz. Yine e-Ticaret gönderilerindeki artan hacmi daha iyi yönetebilmek için İstanbul'un

iki yakasına küçük paket ayrıştırıcı makine yatırımını 2019'da devreye aldık. Önümüzdeki yıllarda da mevcut transfer merkezlerimize teknolojik yatırımlara devam edeceğiz. Önümüzdeki yıldan itibaren Anadolu'daki transfer merkezlerimizin teknolojik yatırımlarına ağırlık vereceğiz.

e-fatura ve e-dönüşüm Aras Kargo'ya nasıl bir katkı sağladı?

Her sektörde olduğu gibi kargo sektöründe de e-Fatura birçok alanda şirketlere avantaj sağlıyor. Faturalama, ödeme ve denetim süreçlerinin hızlanması, muhasebe işlemlerinin kolaylaşması, maliyetlerin düşmesi ve faturaların arşivlenmesinin çok basit hale gelmesi ile şirket içerisinde iş süreçlerimizi daha hızlı ve efektif yönetebiliyoruz. Doğa dostu vizyonumuzla kağıt kullanımımızı da minimuma indirmiş oluyoruz.

Söyleşi

BURAK
AKŞAHİN

"PROGRAMLARIMIZDA YAPAY ZEKAYI KULLANACAĞIZ"



Müşteri deneyimlerini analiz ederek, e-dönüşüm hizmetlerinde kullanımı daha kolay çözümler geliştirmeyi planladıklarını belirten True Bilişim Yazılım Uzmanı Burak Akşahin, "2020 yılında hedeflerimize bir adım daha yaklaşacağız. Müşterilerimize sağladığımız çözümlerde geleceğin teknolojisi olan yapay zekayı programlarımızdaki karar verme sürecinde kullanmayı hedefliyoruz" diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr



T rue Bilişim 2009 yılından günümüze kadar işletmelerin üretim, satış, ön muhasebe, barkodlu satış otomasyonları, teknik servis otomasyonları ve bu sistemlere entegre olarak muhasebe yazılımları konusunda, bilgisayar ortamında gerçekleştirmelerini sağlayan özel yazılımlar gerçekleştiriyor. Şirket sonrasında da destek hizmetlerini yürütüyor. Sektörel bazda ihtiyaçlara cevap vermek için özel yazılımlar üretilip destek hizmetlerini de yürüttüklerini söyleyen True Bilişim Yazılım Uzmanı Burak Akşahin, "Windows, IOS ve Android ortamında çalışan yazılımlar üretilip, bilginin daha hızlı ve daha kolay bir şekilde yönetilmesini sağlayıcı çözümler sunuyoruz.

Hızla ilerleyen teknolojiyle birlikte hareket etmek vizyonumuzun temel kuralı. Ürettiğimiz yazılımlarla ülkemizde hızla meydana gelen değişimden iş dünyasının geri kalmaması için çözümler üretmeye devam edeceğiz" diyor.

Burak Akşahin, e-Fatura alanında atıkları adımlardan şirketin dijital dönüşüm yolculuğuna kadar pek çok konuyu anlattı...

e-fatura konusunda ne gibi adımlar attınız?

True Bilişim geleceğin sistemlerini geliştirip müşterine sunuyor. e-Fatura konusunda da QNB eFinans ile ortaklaşa e-Dönüşüm sistemlerini geliştirip müşterilerinin hizmetine sunuyor.

e-faturaya geçiş size nasıl bir katkı sundu?

Müşterilerine neler sunuyor?

MİSYONUMUZ NE? True Bilişim için müşteri memnuniyeti her şeyden önemli. Bu yüzden kurulduğumuzdan beri hizmetlerimizi arada bayi engeli olmadan bizzat kendi bünyemizdeki elemanlar ile veriyoruz. Çünkü kendimiz için zaman kavramı ne kadar kıymetli ise müşterilerimiz için de zamanın en az o kadar kıymetli olduğunun bilinci içindeyiz.

PROGRAM ANLAYIŞI Ürettiğimiz programlarda en önemli iki unsur; hesaplamaların doğru

olması ve programların kolay kullanılması. Bilindiği gibi ülkemizde kanunlar çok hızlı bir şekilde değişiyor ve bu değişiklikler maalesef programlarda da değişikliklere neden oluyor. Program anlayışımız müşterilerin bu değişimlerden mümkün olduğu kadar asgari seviyede etkilenmesini sağlamak. Program kullanmanın kabus olmaması için kullanım kolaylığı, çok fazla ekran içinde kaybolmama ve ekran sadeliği bizim en önemli özelliğimiz.

Matbu fatura ile satış yapma süreci büyük bir iş gücü demek. Matbu faturayı bastırmak, maliyeden onaylatmak, fatura yazdırmak, imzalamak, kaşelemek, zarflamak, kargolamak, kargonun müşteriye ulaşip ulaşmadığının takibi, zamanında tahsilat yapmak, fatura kopyalarını arşivlemek gibi işlem gerekiyor. e-Fatura ve e-Arşiv kullanarak matbu fatura ve onunla birlikte gelen bütün iş yükünden kurtulduk ve müşterilerimize de bu çözümleri sağladık.

Dijital dönüşüm ve e-dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

True Bilişim olarak ihracat yapan müşteri portföyüne sahibiz. Müşterilerimiz ihtiyaçlarını karşılamak ve geleceğin teknolojilerini sunmak adına 2015 yılında e-Dönüşüm çalışmalarına başladık. Bu süreçte AR-GE ekibimiz, QNB eFinans ile birlikte süreci yönetip çözümler sağladı.

Bu konularda ne gibi adımlar attınız bugüne kadar?

Öncelikle firmamızda dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm ekibini kurduk. Ekibimiz QNB eFinans AR-GE ekibi ile alt yapı çalışmalarını yaptı ve günümüze e-Dönüşüm hizmeti sağlayacak programlar çıkardılar.

Bu alanda son dönemde devreye aldığınız yatırımlar oldu mu?

Müşterilerimize bulut teknolojisini deneyimlemesi için ciddi server yatırımlarımız oldu. Bu sayede firmalar istedikleri yerden programlarımızı kullanarak ofise bağımlılıklarına son verdik.

Dijital dönüşüm konusundaki en büyük

katkıyı şirketinizin hangi biriminde etkisini gördünüz?

Kuşkusuz muhasebe departmanımız dijital dönüşümün katkısını gördü. e-Fatura ve e-Arşiv muhasebe birimimizdeki iş yükünü azalttı. Ayrıca satış departmanımız, programlarımızdaki e-Dönüşüm hizmetleri sayesinde satış rakamlarını arttırdı.

Dijital dönüşüm konusunda bir ekibiniz var mı?

Şirketimizin önemli kadrosu dijital dönüşüm kısmında. Dijital dönüşüm ekibimiz alanında uzman mühendislerden oluşuyor.

Önümüzdeki dönemde bu alanlarda atacağınız yeni adımlar neler?

Müşteri deneyimlerini analiz ederek, e-Dönüşüm hizmetlerimizde kullanımı daha kolay çözümler geliştirmek atacağımız en büyük adım.

2020 hedefleriniz ve yapacağınız yatırımlardan bahsedebilir misiniz?

2020 yılında hedeflerimize bir adım daha yaklaşacağız. Müşterilerimize sağladığımız çözümlerde geleceğin teknolojisi olan yapay zekayı programlarımızdaki karar verme sürecinde kullanmayı hedefliyoruz.

QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirlikleri hakkında bilgi verir misiniz? Bu şirketinize nasıl bir katkı sağladı?

True Bilişim e-fatura, e-arşiv, e-defter ve e-ir-saliye çözümlerinde QNB eFinans ile iş ortaklığı yapıyor. QNB eFinans'ın sağladığı olduğu e-Dönüşüm hizmetlerini programlarımızda kullanarak müşterilerimize sorunsuz ve kusursuz hizmet sağlıyoruz.



ASYA PASİFİK'E TEKNOLOJİ İHRAÇ EDECEK

Perakende analitiği alanında faaliyet gösteren REM People, firmaların, satış noktalarındaki verimliliğini ölçümleyip çözümler sunuyor. REM People Büyüme ve Stretajiden Sorumlu Başkan Yardımcısı Mert Alemdar, "Yeni pazarlara da girmeyi hedefliyoruz. 2020 yılında Asya Pasifik'te Endonezya, Malezya, Tayvan, Singapur gibi ülkelere açılacağız" diyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



REM People, 2015 yılında perakende ve teknoloji tecrübesine sahip tekno girişimciler tarafından, perakende şirketlerine bağımsız denetim ve danışmanlık hizmetleriyle ve teknolojik ürünler sunmak amacıyla kuruldu.

Yeni nesil perakende analitiği ve teknoloji şirketi olan REM People, firmaların, satış noktaları içerisindeki satış, pazarlama, tanzim, teşhir, fiyat ve genel perakende performanslarını ölçümlüyor. Sahadaki ekipleriyle yaptıkları ölçümleri yüzde 100 yerli yazılım ve yapay zekâ uygulamalarıyla doğruluyor ve anlık olarak ilgili yöneticilere özel bir portal üzerinden raporluyor.

Unilever, Algida, P&G, Kellogg, Mondelez, PepsiCo, Nestle, Nutricia, Haribo, Red Bull, Pernod Ricard, Bayer, Huawei, Canon, Turkcell, Superonline gibi alanında lider 25 kuruma 40 ülkede hizmet veren REM People, ayda 55 bin perakende noktasına temas ederek kurumların verimliliğini artırıyor. REM People'ın iş hacminin



Yapay zeka ve görüntü tanıma kullanıyor

"Fotoğraf, video ve ses kaydı gibi verileri işleyebilen yazılımımız, sahadan gelen veriler için ispat niteliğinde olup bu verilere bağlı oluşturulan rapor ve analizlerde hata payını en aza indiriyor. Görüntü tanıma teknolojisinin de kullanıldığı yapay zeka yazılımı gelen verilerin doğruluğunu kontrol etmede kullanılırken, raporların oluşturulması için gerekli olan zaman ve efor ihtiyacını minimumda tutuyor. Ayrıca yazılımımızın dokümantasyon ve eğitim özelliği de bulunuyor. Konuyu açmak gerekirse, bizim ve markaların dünya üzerinde birçok farklı yerde saha ekipleri bulunuyor. Sahada görev alan bu ekiplerin gerçekleştirilen her ürün ya da kampanya değişikliğinde bilgilendirilmesi gerekiyor. Bu değişikliklerin olduğu sırada

saha ekiplerinin de veri toplama süreçleri değişiklik gösteriyor. Oluşturduğumuz e-öğrenme altyapısı sayesinde gerçekleşen değişiklikleri ilgili saha çalışanlarına videolar ya da hazırladığımız dokümanlar yoluyla aktarabiliyoruz. Eskiden tüm saha ekiplerinin bir yere toplanarak, herkese uygun zaman içerisinde eğitimleri yapılır, sonra olan değişiklikler için parça parça çok da verimli olmayacak şekilde bilgi akışı sağlanırdı. Bu noktada karşı karşıya kalınan zaman kaybı telafi edilemeyecek kayıplara yol açabilirdi. Geliştirdiğimiz bu e-öğrenme altyapısı sayesinde çalışanlar istedikleri zaman istedikleri eğitime ve dokümana ulaşabiliyor, değişikliklerden anlık olarak haberdar olabiliyorlar."

yüzde 40'ını yurtdışı pazarlar oluşturuyor.

KANADA'YA AÇILACAK

REM People teknoloji-lerini kullanan firmalar ayda yaklaşık 100 bin perakende satış noktasında 500 bin görev gerçekleştirirken, REM People kendi yazılım ekibiyle ürettiği yüzde 100 yerli yazılım ve yapay zeka çözümleriyle şirketlerin sahadaki gözü kulağı oluyor.

REM People, bu yılı 4,5 milyon dolar yani yaklaşık 25 milyon TL'lik ciro ile tamamlamayı hedefliyor. REM People Büyüme ve Strateji-den Sorumlu Başkan Yardımcısı Mert Alemdar, 2020 yılında ise 12 milyon dolarlık ciroya ulaşmayı planladıklarını söylüyor.

Halen MENA Bölgesi'nde 18 ülke ve Orta ve Doğu Avrupa'da 25 ülkede bulunan REM People yeni pazarlara da girmeyi hedefliyor. 2020 yılında Asya Pasifik'te Endo-



nezya, Malezya, Tayvan, Singapur gibi ülkelere açılacaklarını ifade eden Alemdar, Huawei markasıyla ise Kanada'da faaliyet göstereceklerini sözlerine ekliyor.

YÜZDE 20 CİRO ARTIŞI

REM People, sahadan edindiği tüm bilgileri ve raporları analiz ederek ilgili yöneticilere önerilerden oluşan raporlar sunuyor. Üst yönetim bulunurluk, raf payları, teşhir ürünlerinin konumlanması, fiyat takibi ve

rakip fiyat takibini de içeren bilgilere her an ulaşım stratejilerini iyileştirebiliyor. Alemdar, sundukları hizmetle birlikte iş ortaklarına sektörüne göre yüzde 18-20 oranında ciro artışı sağladıklarını kaydediyor.

Yeni nesil araştırma ve perakende teknolojileri şirketi REM People, 'Deloitte Teknoloji Fast 50 Programı 2019'

sonuçlarına göre Türkiye'nin 'En Hızlı Büyüyen İkinci Teknoloji Şirketi' oldu. REM People, son dört yılda yakalamış olduğu 3 bin 900 katlık büyümeyle bu ödüle layık görüldü. 2018 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından En Yüksek İhracata Ulaşan Teknoloji Girişimi seçilen firma, 2019 yılını Bosphorist Venture Capital'den 12 milyon dolarlık değerlemeyle almış olduğu yatırımla tamamlamıştı.

UZMAN GÖRÜŞÜ

QNB eFinans Kanal Satış ve
İş Ortakları Bölüm Müdürü

İLKE ALTIN



HALLERDEKİ E-DÖNÜŞÜM

Değerli Ekonomist Dergisi okuyucuları,
QNB eFinans sponsorluğunda, heyecan ile yayımladığımız Ekonomist Dergisi e-Dönüşüm ekinin bu ikinci sayısı ile beraber e-Dönüşümde de neredeyse her şeyin yeni olduğu bir yıla girdik. Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) 19 Aralık 2019'da yayımladığı duyuru ile e-Dönüşümüne dâhil oldukları tarihin içinde bulunduğu ayın (ancak e-Fatura ve e-Arşiv için başvuru sonrası 7. gün) sonuna kadar söz konusu belgeleri kâğıt ortamda da düzenleme izni vermiştir. Dolayısıyla e-Müstahsil Makbuzu için genel geçer olmasa da önümüzde 31 Ocak 2020 tarihi durmakta. Böylece, bu ayın gündemi ve yazımızın konusu e-MM olarak belirledik.

Öncelikle e-Dönüşümüne dair bazı anıları hatırlamak, hatırlatmak istedim. Özellikle, 10 milyon TL ve üzeri takvim yılı brüt satış hasılatını e-Dönüşümüne geçiş kriteri olarak belirleyen 421 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nin ilk etki ettiği 2015 yılında, yaş sebze ve meyve ticareti yapanların e-Fatura ve e-Deftere zorunlu geçiş geçmeyecekleri hususu farklı görüşleri de barındırmıştı. "Fark faturası", "komisyon faturası" gibi tabirler bu tartışmanın ön planındaydı. Yaş sebze ve meyve ticareti yapan tüccarlar, ürünleri müstahsilden alımı ile gıda perakendeciler veya gıda üretim/tüketim sektörüne satışı arasındaki farkı ticari ciroları olarak kaydetmekte. Diğer sektörlerde bu duruma atıfta bulunularak, misalen seyahat acenteleri de cirolarını al-sat yapıldığından yola çıkarak benzer fark üzerinden hesaplamak ve e-Fatura

ve e-Deftere (ve hatta daha düşük ciro kriterli e-Arşive) zorunlu geçişlerinde bu kriterin olması gerektiğinden bahsetmiyor değillerdi.

MÜSTAHSİL KİMDİR, MAKBUZU NEDİR?

Tüm bunların arasında, direkt tüketiciye sunmak üzere çiftçiden ürün alan bazı gıda perakende firmaları da zaten ciro kriterine her türlü şarttan girdiğinden çiftçiden alıp tüketiciye sattığı malların nisbî cirosunun felsefi tartışmasına da pek girmemiştir. Sıra e-MM geldiğinde, bu perakende firmalarından kimisinin komisyoncu veya tüccar statüsü olmasa da, "yapmışken tüm e-dönüşümü yapalım" dediklerini de gördük.

Bu tartışmaları neticeye vardiğansa, 19 Ekim 2019 tarihli ve 30923 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 509 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'dir. Tebliğle ile beraber yaş sebze ve meyve ticareti yapınca komisyoncu ve tüccar mükelleflere tek seferde tüm aktif e-Dönüşüm uygulamaları olan e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye, e-MM ve e-Defter' top yekûn bir geçiş zorunluluğu gelmiştir. Değerli okuyucularımızdan ilgili sektörde olmayanlar için müstahsil makbuzu yeni bir kavram, tabii. Peki, bu müstahsil kimdir, makbuzu nedir?

e-MM, 17 Aralık 2017 tarihinde 30273 no'lu Resmi Gazete'de yayımlanan 487 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile yürürlüğe girmiştir. e-MM'nin bu Tebliğ'e dayansa da ihtiyarî kullanımın öngörülmesi kullanıcı adedini düşük seviyelerde tutmuştur. Daha önce, 10-11-12 Ocak 1961 tarihli 10703-10704-10705

No'lu Resmi Gazetelerde yayınlanan 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 235. maddesi ve sonraki yıllardaki değişikliklere göre şartları belirlenmiş olan matbû müstahsil makbuzu belgesi, VUK 487 ile elektronikleşebilir hale gelmiştir.

e-Arşiv uygulaması ile benzer bir yapıda olarak düşünebileceğimiz e-MM uygulamasında da, GİB tarafından belirlenen standartlara uygun olarak elektronik ortamda oluşturulması söz konusudur. Ancak e-Arşivden farklı olarak hem kağıt hem de elektronik ortamda muhafazası ve ibrazı ile elektronik ortamda raporlamasını kapsamaktadır. e-MM uygulaması, gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçilerden mal satın alımında fatura yerine geçen ticari vesika olarak kağıt ortamda müstahsil makbuzu düzenleyen mükellefler, 01 Ocak 2018 tarihinden itibaren e-MM düzenleyerek, kağıt ve elektronik ortamda muhafaza edip GİB'e elektronik ortamda raporlayabilir hâle gelmiştir.

ÇİFTÇİNİN "KASABAYA İNMESİ" GEREKLİYDİ

e-MM'nin hâlen çiftçiye imzalı nüsha teslim edilmesi gereği, VUK213'ün yakın yıllarda güncellenmesi de olan 257'nci maddesiyle gelir vergilerinin belirlenmesi esnasında gelirin noksansız belirlenmesini sağlamak üzere oluşturulmuş teşvik zorunluluğu, yani; çiftçiye gelir getiren belgenin ibraz edilebilmesi için teslim edilmesi şartına dayanıyor. Bir kaç yıl evveline dek bahsedilen müstahsil makbuzları, çekler gibi finans kurumları (ve PTT) yoluyla tahsile verilmeliydi ve çiftçi alacağını böyle alır durumdaydı. Haliyle her zaman uygulanabilir bir durum oluşmuyordu. Çiftçiden ürün kırsal kesimde merkeze uzak noktalarda tüccarlar veya araçlar teslim alabilirken, tahsilat için çiftçinin "kasabaya inmesi" gerekliydi.

Tutar kısıtı olsa da, 09 Haziran 2017 tarihli 30091 sayılı Remsi Gazete'de yayımlanan 480 no'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile, tüccarlar çiftçilerden satın aldıkları ürünleri süreleri içerisinde borsalarına tescil ettirmeleri halinde, 24 Aralık 2015 tarihli 29573 no'lu Resmi Gazete'de yayınlanan 459 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde 4.1 bölümünde belirlenmiş olan 7 bin TL üzeri ödemeleri çiftçilere teslimat anında nakden yapılabilmekte. Ticareti belgeleyen e-MM ile belgelerin oluşumu ve vergilendirme GİB alt yapısı, anlık oluşan zaman damgası ve değişmezliği nitelikli elektronik

sertifika (mali mühür veya e-imza) ile korunur. Bu işlem en geç ertesi gece yarısına dek merkez sistemlerindeki veri tabanlarına doğrudan yansiyacaktır. Tabii 7 bin TL altı tutarlarda anlık veri yaratılsa dahi işlemler nakden değil finans kurumları aracılığıyla yapılmaya devam edebilir durumda olacaktır.

Müstahsil makbuzu kime kesilir dersek, çiftçi tabiri haliyle aklımızda hemen tarla, bağ-bahçe gibi fikirler yaratır. Çiftçi olarak kastedilen tabiatan istifade ederek ürün üreten tüm emektarlardır. Bu kişilerden gelen ürünlerin tüketiciye veya tüccara satılmasına aracılık ederek komisyon geliri elde eden ticaret erbabı da tüccar ve komisyonculardır.

Yalnız 509 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği'nin ilgili hükümlerinde "5957 sayılı Kanun hükümlerine göre komisyoncu ve tüccar olarak sebze ve meyve ticareti ile faaliyet gösteren mükellefler." şeklinde düzenleme yapıldığından durum sadece sebze ve meyve tüccarıyla ilgilidir. Matbû müstahsil makbuzu, mobilya yapımı için ağaç yetiştiren veya farmakolojik veya gastronomik sebeplerle yaparak yetiştiren orman köylümüz, arıcılık yapan köylümüz, vira diyerek ağ atan balıkçımız, çiçek ve süs bitkisi yetiştiren köylümüz ve benzeri emekçilerimizi kapsamaya devam edecektir.

Bir önemli son hatırlatmamız da şudur: Hal Kayıt Sistemi'ne bildirim yapın yapmayın tüccar ve/veya komisyoncu vasfınızın olması 01 Şubat 2020'den itibaren GİB tarafında gerekli tüm işlemleri yapıp tüm e-Dönüşüm süreçlerine girmeniz gereklidir. Esen kalın, başvurunuzu vaktinde yapın.





MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Ocak 2020 Cuma

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

15 Ocak 2020 Çarşamba

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

20 Ocak 2020 Pazartesi

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

24 Ocak 2020 Cuma

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

27 Ocak 2020 Pazartesi

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

31 Ocak 2020 Cuma

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

Kazandığınız Millerle asıl şimdi uçacaksınız.

Siz de hemen Miles&Smiles QNB Finansbank'a başvurun,
kazandığınız Millerle daha önce hiç uçmadığınız kadar çok uçun.



Başvuru için
MİL TCKN yazın
2273'e gönderin.



TURKISH AIRLINES
Miles&Smiles

e-Dönüşüm'ün ÖNCÜSÜ: QNB eFinans

CIO Applications tarafından Avrupa'daki e-Fatura sağlayıcıları arasında ilk 10 şirketten biri seçilen QNB eFinans; yenilikçi, güvenilir ve pratik e-Dönüşüm ürünleriyle ihtiyaçlarınıza uygun çözümler sunuyor, hayatınızı kolaylaştırıyor.

