



RÖPORTAJ INTERVIEW

Vakkas Altınbaş Altınbaş Holding

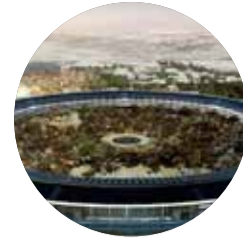
SAYFA PAGE 4 - 5



RÖPORTAJ INTERVIEW

Gülçin Ulutürk Ströer Kentvizyon

SAYFA PAGE 10 - 11



GEZİ TRAVEL

Silikon Vadisi Silicon Valley

SAYFA PAGE 15

simin Bıçakcıoğlu
2012-2013-2014-2015 TÜRKİYE RALLİ ŞAMPİYONASI
HADIN PİLOTLAR BİRİNCİSİ
ANA SPONSORU
cpm
TURKISH RALLY CHAMPIONSHIP FEMALE DRIVERS WINNER OF THE PAST FOUR YEARS MAIN SPONSOR

cpm bülten *bulletin* 02

MART MARCH 2016

POTANSİYELİNİ
YÖNET 2016

ERP'de İşin Rengi Değişti



Gelişen teknoloji ve zorlaşan rekabet ortamı ERP Sistemlerinden beklentileri artırdı. Daha esnek, daha hızlı ve daha akıllı iş çözümleriyle Cpm Analytics'i sizler için inceledik.

ERP is changing its colors

The advance in technology and the increasingly challenging atmosphere of competition have elevated our expectations from ERP systems. We take a look at CPM Analytics and its promise of more flexible, faster and smarter solutions.

SAYFA PAGE 8 - 9

MAKALE ARTICLE

**KÜÇÜK VE ORTA BOY
İŞLETMELERDE ÖNEMSENMEYEN
İKİ TERİM: MİSYON VE VİZYON
MISSION AND VISION: TWO TERMS THAT GET
NEGLECTED IN SMALL-TO-MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES**



SAYFA PAGE 6 - 7

MAKALE ARTICLE

**E-ARŞİV
UYGULAMASINDAN
FAYDALANIN
TAKE ADVANTAGE OF THE
E-ARCHIVE SYSTEM**



SAYFA PAGE 12 - 14



POTANSİYELİNİ YÖNET

Türkiye'nin potansiyelini keşfetme vizyonunda bize nasıl bir rol düşer diye düşündük ve 2016 yılını *Potansiyelini Yönetme Yılı* olarak belirledik.

MANAGE YOUR POTENTIAL

They say the only thing that doesn't change is change itself. As history has shown us time and again, what doesn't move forward is destined to fall behind. Due to its nature, the IT sector is among those to experience the most rapid change. Innovations that take a considerably long time in many other sectors are generally daily work items for us. However, it is an equally important skill to know how to shape change and obtain the most benefit from it instead of blindly surrendering to it. This is exactly the point at which reasonable strategies and long-term plans come into play.

These days, you might have encountered advertisements on various media outlets with the theme 'Turkey is discovering its potential'. As the CPM

Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir derler. Tarihin de bize pek çok kez gösterdiği gibi ilerlemeyen her şey daima geride kalacaktır. Bilgi sektörü ise özü itibarıyla değişimin en hızlı yaşadığı sektörlerin başında gelir. Başka birçok sektörde oldukça uzun zaman alan yenilik hareketleri, bizim için çoğunlukla günlük iş kalemleridir. Ancak değişime körü körüne kapılıp teslim olmak yerine değişime yön vermeyi ve ondan maksimum fayda sağlamayı bilmek de önemli bir beceridir. İşte bu noktada devreye akılcı stratejiler ve uzun vadeli planlar girer.

Bugünlerde çeşitli basın yayın organlarında 'Türkiye potansiyelini keşfediyor' temalı reklama denk gelmişsinizdir. Biz de CPM ailesi olarak geleceğe doğru kararlılıkla yürüyen Türkiye'nin potansiyelini keşfetme vizyonunda bize nasıl bir rol düşer diye düşündük ve 2016 yılını 'Potansiyelini Yönetme Yılı' olarak belirledik. Bildiğiniz gibi son dönemde Türkiye'de bir çok kriz sürecinden geçiyoruz. Öte yandan küresel çapta da gerek ekonomik gerek politik açıdan köklü değişimler yaşanıyor. Bu denli büyük değişimler yaşadığı bir dönemde elimizdekileri ve potansiyelimizi iyi kullanma ve iyi yönetme becerimiz ister istemez önem kazanıyor. Ayakta kalmak ve değişen şartlarla birlikte akabilmek için, etrafımızı çevreleyen karmaşayı ve değişimi iyi okumak, riskleri doğru yönetmek zorundayız. Yeni ekonomik düzende yenilikçi rekabetin şartlarını yerine getirmemiz, dönüşüme ayak uydurma-

mız ve verimliliğimizi artırmamız lazım. İşte bunun yolu da hem kullanmadığımız potansiyelimizi hayata geçirip iyi yönetmizden hem de yanı başımızdaki bilgilerin değerini bilmekten geçiyor...

Bültenimizin bu sayısında CPM analytics hakkında siz değerli okuyucularımıza bilgi veriyoruz. Qlickview iş zekası çözümleriyle entegre ettiğimiz ve içinde yeni nesil bir çok çözümü barındıran CPM analytics, kullanıcılarına daha esnek, daha konforlu ve verimli bir ERP altyapısı sunuyor. Az önce bahsettiğimiz gibi, yıllardır süregelen iş yapma ve üretme yöntemlerini sorgulamak ve bunları yeni rekabet ortamına uygun bir biçimde dönüştürmek artık tüm işletmeler için bir vazgeçilmez. CPM analytics de bu ihtiyacı karşılama konusunda büyük bir avantaj sunuyor.

İlk bültenimizden çok iyi geri dönüşler almanın mutluluğu ve heyecanıyla hazırladığımız bu yeni sayımızda öncelikle siz değerli okurlarımıza teşekkür etmeyi kendimize borç biliyoruz. İkinci bültenimizde de yine çok değerli firmalar ve onların başarılı yöneticileriyle röportajlar yaptık. Sektörün sorunlarını ve olası çözüm yöntemlerini birlikte masaya yatırdık. Öte yandan CPM olarak, son 4 yılın Türkiye Ralli Şampiyonası Kadın Pilotlar Birincisi Simin Bıçakcıoğlu'nun ana sponsoru olmaktan gurur duyuyor, hız ve zekanın mükemmel birlikteliğini simgeleyen 2 farklı alanın bir araya gelmesinin daha büyük başarılar için zemin hazırlayacağına inanıyoruz.

increase our productivity. The way to do these is through both realising and properly managing our unfulfilled potential as well as appreciating the information we have right before us...

In this issue, we introduce our dear readers to CPM Analytics. Integrated with QlickView business intelligence solutions, CPM Analytics comprises many next-generation solutions to provide users with a more flexible, useful and productive ERP software. As I've said before, it is now crucial for all businesses to question age-old business and production methods as well as to transform them to suit the new competitive climate. CPM Analytics offers a great advantage in meeting this need.

As we share with you the new issue of our bulletin, which we prepared with the delight and excitement of the positive feedback we received for our first issue, we owe a debt of gratitude to you, our dear readers. In our second issue, we once again conducted interviews with esteemed companies and their successful executives. Together, we discussed in detail the problems of the sector and possible solutions to them. At CPM, we are also proud to be the main sponsor for Simin Bıçakcıoğlu, the Turkish Rally Championship Female Drivers Winner of the past four years, and we believe that the union of 2 fields that symbolise the perfect combination of speed and intelligence will set the stage for even greater accomplishments.



Hadi Sosyalleşelim

Bizi Sosyal Medya (FaceBook-Twitter-Instagram-Linkedin) aracılığı ile takip edebilirsiniz.



@cpm.yazilim /CPMYazilim /CPMYAZILIM /cpm_2

CPM BÜLTEN
bulten@cpm.com.tr

İmtiyaz Sahibi
CPM Yazılım A.Ş. adına
Recep Palamut

Yayıncı Hazırlayan & Tasarım
iSeeCreative Reklam Hizmetleri
www.iseecreative.com

Baskı
Vizyon Basımevi Kağıtçılık Matbaacılık ve Yayıncılık.
İkitelli Org.San.Bölg. Depoite İş Merk. A6 Blok, Kat:3 No:309
Başakşehir - İSTANBUL Tel: 0212 671 61 51 Mail : info@vizyonbasimevi.com.tr
Ulusal, Türkçe ve İngilizce üç aylık sektörel yayındır. Ücretsiz olarak dağıtılır.

simin bıçakcıoğlu YARIŞ TAKVİMİ RACE CALENDAR

İzmir - EOSK 16 -17 Nisan April 2016

Marmaris - TOSFED (ERT) 14-15 Mayıs May 2016

Kocaeli - KOSDER 11-12 Haziran June 2016

Bursa - BOSSEK 23-24 Temmuz July 2016

Eskişehir - ESOK 03-04 Eylül September 2016

İstanbul - İSOK 08-09 Ekim October 2016

Festival - İstanbulPark 22-23 Ekim October 2016



ASKON 9. Divan toplantısında biz de vardık!



ASKON 9. Divan toplantısına katılmaya sağladık. Çeşitli gündem maddelerinin detaylı bir şekilde tartışıldığı görüşmelerin sonunda Başkan'dan plaketimizi aldık ve verimli sohbetler gerçekleştirdik.

We attended the ASKON 9th Council Meeting!



We were among the attendees of ASKON's 9th Council Meeting. Following the meeting where various agenda topics were discussed in detail, we received our plaque from the Prime Minister and enjoyed productive talks.

CPM ERP İLE DAHA GÜÇLÜ ASKON DAHA GÜÇLÜ TÜRKİYE

Türkiye'nin en büyük iş adamları örgütlerinden biri olan ASKON Türkiye'nin önde gelen % 100 yerli ERP yazılım firması CPM ile anlaştı. Daha verimli ve sistemli bir yapıya kavuşmak için bu konuda adım atan ilk dernek olan ASKON çözüm ortağı olarak dilinden anlayan yerli yerinde çözümler üreten CPM Yazılımı tercih etti. Hayırlı uğurlu olsun.

A STRONGER ASKON AND A STRONGER TURKEY WITH CPM ERP

One of the biggest businessmen associations in Turkey, ASKON signed an agreement with Turkey's leading 100% domestic ERP software company CPM. The first association to take steps towards achieving a more secure and systematic structure, ASKON chose CPM as a solution partner for its customised products and services.



Eğitimler hız kesmeden devam ediyor!

CPM çalışanları her ay farklı bir konuda bilgi ve becerilerini artırmayı sürdürüyor. Geçtiğimiz dönemde de İstanbul Ticaret Odası Başkanlarından Sayın Yar. Doç. Dr. Murat Yalçıntaş'tan Stratejik Yönetim Süreci ve Çevre Analizi Eğitimi alındı. Katılımcılar güncel bilgilere kaynağından ulaştı.

Training continues at full speed!

CPM employees continue to build knowledge and skills in a different area each month. Participants most recently received training in Strategic Management Process and Environmental Analysis from Chamber of Commerce President Asst. Prof. Mr Murat Yalçıntaş, thus allowing them to access current information right from their source.



2. İş zekası inovasyon konferansı sponsoru CPM

İstanbul limak hotel de düzenlenen 2. İş zekası inovasyon konferansına sponsor olduk ve standımızla katılmaya sağladık.

We sponsored 2nd Business Intelligence Innovation Conference

We sponsored and held a booth at the 2nd Business Intelligence Innovation Conference at Istanbul Limak Hotel.

Vakkas Altınbaş Altınbaş Holding

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

Gaziantep'te doğdum ve Altınbaş ailesinin bir üyesi olarak babamız Mehmet Altınbaş önderliğinde kardeşlerimle birlikte çalışmaya başladım. Gaziantep'ten sonra Kuzey Kıbrıs'a inandık ve yatırım yapmaya başladık. Kuzey Kıbrıs'ta açılan ilk kuyumcu dükkanından sonra enerji ve finans gibi farklı sektörlerle adım attık.

2013 yılından bu yana Altınbaş Holding'in Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yürütüyorum. Aynı zamanda Mehmet Altınbaş Eğitim ve Kültür Vakfı'nın Başkanım. Vakfın sosyal sorumluluk projesi olan ve 4 binden fazla öğrencisiyle Ortadoğu, Balkanlar ve Afrika'dan öğrenci kabul eden Kemerburgaz Üniversitesi'nin de Mütevelli Heyeti Üyesiyim.

Altınbaş Holding hakkında bilgi verebilir misiniz?

Temelleri 1950'li yıllarda Gaziantep'te ticaret ile atılan Altınbaş Holding bugün 4 bin çalışan ve 8 milyar lirayı aşan ciroyla büyük bir aileye dönüştü. Altınbaş'tan Assos'a, Alpet'ten Creditwest'e kadar her geçen gün daha da büyüyen ve istihdamını artıran 21 şirket ile ülkemiz için değer yaratmaya devam ediyoruz.

Faaliyetlerimizi mücevherat, finans, enerji, lojistik ve eğitim alanında yürütüyoruz. 21 şirketimizin yanında eğitimde Kemerburgaz Üniversitesi ile sosyal sorumluluk faaliyetimizi de yerine getiriyoruz.

</İki seçim atlatılan 2015 yılından sonra daha istikrarlı ama temkinli bir yıl bekliyoruz. Tüm sektörlerde %10-15'lik büyüme yakalanabilir.>

Geleceğe yönelik yatırımlarınız neler?

Geçen yılı Altınbaş Holding olarak %15 artışla 8.9 milyar liralık ciro ile tamamladık. Bu yıl da %15 civarında bir büyüme planlıyoruz. Bu büyümeyi mevcut sektörlerimizde gerçekleştireceğiz. Holding olarak 5 yıl içinde 1 milyar liralık yatırım yapacağız. Bu yıl 250 milyon liralık kısmını hayata geçiriyoruz.

Özellikle Alpet ile enerji alanında büyüyeceğiz. İstasyon sayısını 500'e çıkarmayı planlıyoruz. Öte yandan 100 milyon TL'lik bir yatırımla Bakırköy'de sağlık kampüsü inşaa ediyoruz. Ayrıca mücev-

"Altınbaş Ailesi olarak kurumsallaşmanın önemine ve faydasına gönülden inanıyoruz. Bu nedenle üst yönetimimizde profesyonellere yer veriyoruz. Ayrıca tüm kardeşler olarak 5 yılda bir dönüşümlü olarak Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütüyoruz. Aile içi demokrasiye inanıyor ve uyguluyoruz."

herat alanında uluslararası bir marka olma yolunda ilerliyoruz. Bu alanda yatırımlarımız sürececek. Finans alanında da bulunduğumuz 3 ülkede Creditwest markasıyla büyümeye devam ediyoruz.

Sektörünüzün gidişatını nasıl görüyorsunuz? Yurt içindeki tablo bize ne söylüyor?

İki seçim atlatılan 2015 yılından sonra bu yıl daha istikrarlı ama temkinli bir yıl bekliyoruz. Geçen yılki gibi tüm sektörlerde %10-15'lik büyüme planlıyoruz. Tüm sektörler için temkinli bir büyüme yılı olacak gibi görünüyor.

Altınbaş bir aile şirketi. Şunu biliyoruz ki kurumsallaşan ve sistem oturtan aile şirketleri imparatorluklardan bile uzun ömürlü olabiliyor. Siz bu noktada neredesiniz, neler yapıyorsunuz?

Altınbaş Ailesi olarak kurumsallaşmanın önemine ve faydasına gönülden inanıyoruz. Bu nedenle üst yönetimimizde profesyonellere yer veriyoruz. Ayrıca tüm kardeşler olarak 5 yılda bir dönüşümlü olarak Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütüyoruz. Aile içi demokrasiye inanıyor ve uyguluyoruz.

ERP kullanan, sektörün güçlü markalarından birisiniz. ERP kullanmaya nasıl karar verdiniz ?

İş hayatında yaşanan yoğun rekabet, doğru bilgiye hızlı erişimi, bilgiyi doğru kullanabilmeyi zorunlu kılıyor. Rekabette geride kalmamak için bir başka önemli husus da müşterilere hızlı tepki verebilmek. İş hayatında hızlı olabilmek ve doğru bilgiye ulaşabilmek için şirket içi iş süreçlerini doğru kurgulamak ve bütünleştirmek gerekiyor. İşte tüm bunları yapabilmem için iyi bir ERP kullanımı ile mümkün oluyor.

ERP'ye yaptığınız yatırımın kârlı bir yatırım olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet. Öncelikle hızlı, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak, doğru stratejilerin belirlenmesi konusunda büyük fayda sağlıyor. Öte yandan süreçlerin otomasyonu sayesinde maliyet avantajı da sunuyor. Birbirinden uzak lokasyonlardaki birim-

lerin koordinasyonu ERP'nin hız ve maliyet avantajı sağlayan bir başka faydası...

ERP konusunda CPM ile yürüttüğünüz çözüm ortaklığı süreci nasıl gelişti?

CPM ile yürüttüğümüz çözüm ortaklığı 2003 yılına dayanıyor. İlk olarak Alpet ile başlayan iş ilişkimiz, zamanla diğer şirketlerimize de yayıldı ve bugün sektörel özellik taşıyan şirketlerimiz hariç, şirketlerimizin büyük bölümü CPM kullanıyor. Gerek Altınbaş Grubu'nun, gerekse CPM'in sürekli gelişime açık, çağın gerekliliklerini yakalama vizyonuna sahip olmaları nedeniyle, uyum içerisinde devam eden çözüm ortaklığının daha uzun yıllar devam edeceğini düşünüyorum.

</ERP hızlı, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak ve doğru stratejiler belirlemede çok faydalı. Süreçlerin otomasyonu maliyet avantajı da sağlıyor.>

İş dışında hobileriniz var mı?

Spor benim için vazgeçilmez bir hobi. Özellikle yüzmeyi çok seviyorum. Son olarak geçen yıl iş dünyasının ilgisini Kuzey Kıbrıs'a çekmek için Mersin Anamur'dan Kuzey Kıbrıs Girne'ye 80 kilometrelik mesafeyi yüzerek geçip bir rekora imza attık.

Özellikle sevdiğiniz bir mekan yada şehir diye sorsak ne söylersiniz?

Gaziantepliyim ama Kıbrıs'ın yeri benim için çok farklı. 1974 yılından bu yana Kıbrıs'a inandık ve yatırım yaptık. Kuzey Kıbrıs'ın her yerini çok sevdiğimi söyleyebilirim.

İş hayatına yeni giren gençlere ne tavsiye edersiniz?

Her zaman araştırmanın, meraklı olmanın ve öğrenmeye açık olmanın önemine inanırım. Gençlere de bu yönde tavsiyede bulunuyorum.

VAKKAS ALTINBAŞ ALTINBAŞ HOLDING

Please tell us about yourself.

I was born in Gaziantep, and as a member of the Altınbaş family, I started to work with my siblings under the supervision of our father Mehmet Altınbaş. After Gaziantep, we started to invest in Northern Cyprus, and following the opening of our first jeweller's shop there, we entered different sectors like energy and finance.

Since 2013, I have served as the CEO of Altınbaş Holding. I am also the Chairman of the Mehmet Altınbaş Education and Culture Foundation. Additionally, I serve as a Member of the Board of Trustees at Kemerburgaz University, which was established as the social responsibility project of the Foundation and which welcomes over 4 thousand students from the Middle East, Balkans and Africa.

Could you tell us about Altınbaş Holding?

Altınbaş Holding's establishment dates back to the 1950s with trade in Gaziantep. Today, the company has turned into a big family with 4 thousand employees and a turnover of over 8 billion lira. We continue to create added value for our country with 21 companies that are growing and employing more people each day, among them Altınbaş, Assos, Alpet and Creditwest.

We operate in jewellery, finance, energy, logistics and education. In addition to our 21 companies, we also carry out social responsibility activities via education at Kemerburgaz University.

What are some of your investments for the future?

Altınbaş Holding concluded the previous year with a 15% increase in revenues to reach 8.9 billion liras. We expect to grow around 15% this year, as well. This growth will take place in our existing sectors. As a Holding, we will invest 1 billion liras over the next 5 years, with 250 million liras planned to be invested this year.

We will especially grow in energy with Alpet. We plan to increase the number of gas stations to 500. We are also building a medical campus in Bakırköy with an investment of 100 million TL. In the jewellery sector, we are well on our way to becoming an international brand, and we will continue to make investments in this area. We also continue to grow in finance in the 3 countries where we operate with the Creditwest brand.

What do you think about the state of affairs in your sector? What does the domestic landscape tell us?

After going through two elections in 2015, we expect that this will be a more stable but cautious year. Similar to last year, we expect to grow by 10-15% in all sectors. It looks poised to be a year of calculated growth for all sectors.

Altınbaş is a family-owned company. We know that family-run companies who manage to institutionalise and establish a system can be even longer lasting than empires. Where are you and what are some of the things you're doing on this front?

The Altınbaş Family sincerely believes in the importance and advantages of institutionalisation. This is why we employ professionals in our top management. Additionally, all of the siblings take turns as the CEO every 5 years. We believe in and exercise democracy as a family.

</After going through two elections in 2015, we expect that this will be a more stable but cautious year. We expect growth of around 10-15% in all sectors.>

You're one of the leading brands in the sector to use ERP. How did you decide to adopt this system?

The intense competition in the business world makes it imperative to have quick access to the right information as well as to use this information correctly. Another important factor in staying ahead of the competition is the ability to respond quickly to customers. In order to be fast and access the right information in the business world, you need to establish and integrate your company's business processes well. The best way to do all of these is by using a good ERP system.

Do you think investing in ERP was a profitable move?

Yes. Firstly, quick access to accurate and trusted information provides a great advantage in terms of establishing the right strategies. There's also the cost advantage due to the automation of processes. ERP also offers speed and cost advantage by enabling the coordination of units in distant locations.

How did you establish a solution partnership with CPM for ERP?

Our solution partnership with CPM dates back to 2003. Our business relations started with Alpet and went on to include our other companies over time; today, most of our companies use CPM, with the exception of those that have sector-specific properties. Since both the Altınbaş Group and CPM are always open to improvement and have the vision to meet the requirements of this age, I believe that their harmonious relationship as solution partners will continue for many years to come.

</ERP provides a great advantage in terms of establishing the right strategies by allowing for quick access to accurate and trusted information. There's also the cost advantage due to the automation of processes.>

Do you have hobbies outside of work?

Sports is a vital hobby of mine. I especially love to swim. We most recently set a new record by swimming 80 kilometres from Anamur in Mersin to Kyrenia in Northern Cyprus to draw the attention of the business world to Northern Cyprus.

Is there a place or city that you particularly love?

I'm from Gaziantep, but Cyprus holds a special place in my heart. We've been believing and investing in Cyprus since 1974. I love every part of Northern Cyprus.

What advice would you give to young people who are embarking on their careers?

I believe in the importance of always researching as well as being curious and open to learning. This is also what I advise to young people.

"The Altınbaş Family sincerely believes in the importance and advantages of institutionalisation. This is why we employ professionals in our top management. Additionally, all of the siblings take turns as the CEO every 5 years. We believe in and exercise democracy as a family."



KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERDE ÖNEMSENMEYEN İKİ TERİM: MİSYON VE VİZYON

En basit açıklaması ile misyon işletmenin varoluş nedeni, vizyon ise işletmenin gelecekte olmak istediği durumdur. Misyon ve vizyon işletmelere ışık tutan iki terimdir.



Türkiye’de KOBİ sahipleri veya üst düzey yöneticileri ile konuştuğunuzda çoğunun yeteri kadar kâr edememekten şikâyet ettiğini duyarsınız. Bunun sebebi bazen piyasa şartlarıdır bazen de, her ne kadar yönetici kabul etmek istemese de, kötü yönetimdir. Halbuki işletmelerin en temel hedefi piyasa ortalamasının üzerinde kâr ederek rakiplerine üstünlük sağlamak, böylece uzun vadede varlıklarını sürdürmektir.

İşletmelerin olumsuz piyasa şartlarına rağmen kârlılıklarını sürdürebilmeleri

</Etkili bir misyon ifadesi mutlaka çalışanlarca bilinip benimsenmelidir, çünkü ancak çalışanların benimsediği ve uyguladığı bir misyon işletmeyi başarıya ulaştırır.>

önemli ölçüde stratejik yönetim ilkelere benimsenmiş uygulamalarına bağlıdır. Stratejik yönetimin en önemli prensiplerinden biri ise işletmenin yönetim kurumsallaşması, daha basit bir ifade ile işletme yönetiminin keyfi kararla değil, bilimsel bir bakış açısı ile oluşturulan plan ve prensipler çerçevesinde gerçekleştirilmesidir.

KOBİ’ler ise, çoğunlukla aile şirketleri olduğundan, kurucu/girişimci veya aile bireyleri tarafından yönetilir. Bu yöneticiler ya bilimsel yönetimin ilkelerinden pek haberdar olmadıklarından ya da yönetimdeki özgürlüklerini kısıtlamak istemediklerinden, kurumsallaşmaya çok sıcak bakmazlar. Bunun neticesi ise, ne yazık ki, az kârlı ve kısa ömürlü şirketlerdir.

Kurumsallaşmış bir şirkette kararlar belli prensipler çerçevesinde alınır. Böylece yöneticiler değişse de işletme aynı rotada yoluna devam eder. Farklı bölümlerin uygulamaları eşgüdüm içerisinde gerçekleşir, çalışanlar ortak bir hedef doğrultusunda gayret gösterir. İşletmenin tüm çalışanlarının etrafında kenetlenmeleri gereken ilk prensipler ise işletmenin misyon ve vizyonudur.

En basit açıklaması ile misyon işletmenin varoluş nedeni, vizyon ise işletmenin gelecekte olmak istediği durumdur.

Misyon ve vizyon işletmelere ışık tutan, oluşturulan tüm stratejilere, yapılan tüm planlara, konulan tüm hedeflere yol gösteren iki terimdir. İşletme her adımını bu iki kavram doğrultusunda attığı sürece, yönetimde tutarlılık sağlanır, keyfilik azalır ve alınan kararlar birbirlerini besleyerek işletme yönetiminin sinerji meydana gelir.

</İşletme her adımını misyon ve vizyonları doğrultusunda tutarlılık sağlar, keyfilik azalır ve alınan kararlar birbirlerini besleyerek işletme yönetiminde sinerji yaratır.>

Küçük işletme yöneticilerinin en sık yaptığı hatalardan biri, stratejik yönetimin, misyon ve vizyonun sadece büyük işlet-

meler için gerekli olduğunu düşünmektir. Bu yanlıştır. Büyük tankerlerin de küçük sandalların da bir dümene ihtiyacı vardır. Tek fark tankerlerin dümeninin sandallarinkinden daha büyük olmasıdır. Dolayısı ile büyük işletmeler üzerinde daha fazla çalışılmış, detaylı bir stratejik planlamanın parçası olarak misyon ve vizyon ifadelerine ihtiyaç duyarken, küçük işletmeler daha basit yaklaşımlarla yönetilebilir.

Misyon ifadesinde işletmenin varlık sebebinin yanında, hangi ürünleri nerede ve nasıl üreteceği, iş felsefesinin ve değerlerinin neler olduğu ve diğer işletmelerden neden farklı olduğu gibi noktalara yer verilebilir. Etkili bir misyon ifadesi çalışanlarca bilinip benimsenmelidir çünkü ancak çalışanların benimsediği ve uyguladığı bir misyon işletmeyi başarıya ulaştırır. Ayrıca misyon açıklamasının müşterilerin ve diğer paydaşların değer verdiği konuları içermesi de önerilir; günümüzde artan rekabet şartları işletmeleri müşteri odaklı olmaya mecbur etmektedir.

Örnek vermemiz gerekirse, Google’ın misyon beyanı gerçekten etkileyicidir;

“Dünya bilgisini organize etmek ve herkesin erişimine ve faydasına sunmak”.

Başka bir klasik misyon ifadesi ise

Newport News Shipbuilding tersanesinin kapısında bronz üzerine işlenmiş olarak, firmanın kuruluş tarihi olan 1886’dan itibaren değişmeden durmaktadır;

“Biz burada iyi gemiler inşa edeceğiz - yapabilirsek kâr ederek, eğer zorundaydık zarar ederek - ama her zaman iyi gemiler”.

Vizyon ise, misyondan farklı olarak, işletmenin gelecekte ulaşmayı planladığı hedefi tanımlar, işletme stratejileri için bir pusula niteliğindedir. İşletmenin vizyonu oluşturulduktan sonra stratejik yönetim süreci ve yönetsel kararlar bu vizyon çerçevesinde gerçekleştirilir. Küçük işletmelerin vizyonu genelde kurucu/girişimcinin vizyonunun çalışanlarca benimsenmesiyle oluşur. Vizyona ulaşmak için işletme uzun vadeli amaçlar ve daha kısa vadeli faaliyetler belirler. Bu amaçlar kesin, ölçülebilir ve zaman sınırlı olmalıdır. İşletmenin vizyonu değiştiğinde, amaç ve faaliyetlerin yeniden planlanması gerekir.

Son yıllarda çok popüler olan İsveç internet müzik sitesi Spotify’nın vizyon ifadesi basit olmasına rağmen kapsayıcıdır;

</Stratejik yönetimin en önemli prensiplerinden biri, işletmenin yönetim kurumsallaşması, keyfi kararlara değil bilimsel bir bakış açısı ile oluşturulan plan ve prensiplere dayanmasıdır.>

“Müziğin işletim sistemi olmak”.

Seri otomobil üretiminin babası sayılan Henry Ford’un o günlerdeki vizyonu ise klasikleşmiş bir örnektir;

“Herkesin bir araba sahibi olabilmesi”.

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı gibi başarılı bir misyon ve vizyon ifadesi, odaklanmış, net ve motive edici olmalıdır. Bu şekilde oluşturulmuş ve tüm çalışanlarca benimsenmiş yaklaşımlar işletmenin kurumsallaşmasında, rakiplerinden farklılaşmasında, dolayısı ile daha kârlı ve uzun ömürlü olmasında ilk adımı oluşturur.



YARD. DOÇ. DR.
ASST. PROF.
MURAT YALÇINTAŞ

MISSION AND VISION: TWO TERMS THAT GET NEGLECTED IN SMALL-TO-MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

In their simplest terms, a mission is the reason a business exists, while its vision is where the company seeks to be in the future. Mission and vision are two terms that light the path for businesses.

When you talk to SME owners or high-level executives in Turkey, you’ll hear most of them complain about not being able to profit enough. Sometimes this is due to market conditions, while at other times it’s because of bad management, although the administrator might not want to accept it. Yet the most basic goal of businesses is to attain profits higher than the market average and to surpass their competitors to ensure long-term existence in the market.

Businesses’ ability to maintain profitability despite negative market conditions is largely dependent on their adoption and implementation of strategic management principles. One of the most important among these principles is the institutionalisation of the business on an executive level; in other words, the business should be run based on plans and principles determined with a scientific point of view, not discretionary decisions.

As most SMEs are family-run companies, they are generally run by the founder/entrepreneur or members of the family. These executives generally don’t lean towards institutionalisation, either because they are unaware of the principles of scientific management or because they do not wish to curtail their freedom in managing the business. Unfortunately, this results in short-lived businesses with low profits.

</Businesses’ ability to maintain profitability despite negative market conditions is largely dependent on their adoption and implementation of strategic management principles.>

At an institutionalised company, decisions are made based on set principles. This way, even if the executives change, the business can continue along the same path. Each department carries out its tasks in coordination with others, and employees work in accordance with a shared goal. The first principles that all employees must unite on are the mission and vision of a business.

In their simplest terms, a mission is the reason a business exists, while its vision is where the company seeks to be in the future. Mission and vision are two terms that light the path for businesses and guide all strategies, plans and goals it sets. As long as the business takes every step in accordance with these two terms, there will be stability in management, very little arbitrariness, and synergy will be achieved on an executive level as all the decisions support one another.

One of the mistakes made most frequently by small business owners is to think that strategic management, mission and vision are only necessary for large businesses. This approach is wrong. Both tankers and rowboats need a steering wheel – the only difference is that the tanker’s is larger than the rowboat’s. Similarly, while large businesses need a mission and vision as part of a detailed strategic plan that’s been studied at more length, small businesses can be managed with a simpler approach.

In addition to the reason for the business’s existence, a mission statement can also include details about where and how it will produce which products, what its business philosophy and values are, and how it differs from other businesses. An effective mission statement must be known and adopted by the employees because only a mission that’s embraced and applied by the employees can lead a business to success. Additionally, it’s recommended that the mission statement include issues valued by the customers and other shareholders, as the present-day conditions of increased competition force businesses to be customer-focused.

</In their simplest terms, a mission is the reason a business exists, while its vision is where the company seeks to be in the future. >

To illustrate, Google’s mission statement is truly impressive:

“To organize the world’s information and make it universally accessible”.

Another classic mission statement can be found on a bronze plaque over the door of Newport News Shipbuilding, where it has stood unchanged since 1886:

“We will build great ships. At a profit if we can. At a loss if we must. But we will build great ships.”

In contrast to the mission, the vision defines the goal the business seeks to achieve in the future, and it serves as a compass for company strategies.

After a business establishes its vision, the strategic management process and executive decisions are realised in accordance with this vision. In small businesses, the vision is generally set when employees adopt the founder or entrepreneur’s vision. In order to achieve this vision, the business sets long-term goals and carries out shorter-term operations. These goals must be definite, measurable and time-sensitive. When the business changes its vision, it must re-evaluate its goals and operations.

Popular Swedish music streaming outlet Spotify’s vision is simple yet comprehensive:

“To become the operating system of music.”

Considered to be the progenitor of the mass production of automobiles, Henry Ford’s time-tested vision is another classic example:

“For everyone to own a car.”

As the examples above illustrate, a successful mission and vision statement must be focused, clear and motivating. Ideas defined in this way and embraced by all employees will serve as the first step in institutionalising a business, differentiating it from its competitors and thus making it more profitable and long-lived.

</At an institutionalised company, decisions are made based on set principles. This way, even if the executives change, the business can continue along the same path.>





BI: Business Intelligence / İş Zekası

İş zekası, halihazırdaki iş performansını anlamak ve bilgiye dayalı iş kararları almak için tüm verileri analiz etmesiyle aslında hem yöneticilerin hem de çalışanların stresini büyük ölçüde azaltıyor.

Kurumsal yazılım sektöründe dünya kadar odağımız, işletmenin sağlıklı yönetilebilmesi için gereken raporları edinebilmek amacıyla ihtiyaç duyulan verilerin sisteme girilmesini sağlamak üzerineydi. Bugün artık birçok işletme kuşaklar boyu hayatta kalabilmek için kurumsal hafızaya önem veriyor ve ihtiyaç duya- cağı verilerin sisteme girilmesini, bunun firmaya maliyeti ne olursa olsun, sağlamaya gayret ediyor. Geldiğimiz noktada artık veriyi kaynağından toplamak ön plana çıkıyor. Direkt olarak sahadan veya makinelerle iletişim ve benzeri yöntemlerle nasıl daha hızlı ve doğru bir şekilde veri toplanabileceği, içeriye alınan bu büyük verinin (big data), nasıl daha hızlı ve verimli kullanılmasının (BI) sağlanabileceği ERP firmalarının asıl odağı haline geliyor.

Odak noktalarımızdan BI sözlük anlamı olarak "iş yönetim analizleri yapabil- mek için ham verinin bir kısım araç ve teknik kullanarak anlamlı ve kullanışlı bir hale dönüştürülmesi" [1] anlamına geliyor.1865 yılında Richard Millar Devens tarafından ortaya atılan "Business Intelligence" terimi, bir makalede

ilk olarak IBM araştırmacısı Hans Peter Luhn tarafından 1958 yılında kullanılıyor. Bugün bildiğimiz anlamıyla iş zekasının 1960-85 yılları arasında gelişen karar destek sistemlerinden (DSS: Decision Support Systems) geliştirildiği söylenebilir. Doksanlı yıllardan itibaren ise bilgisayar destekli DSS modelleri de üretilmeye başlanıyor. [1]

Özel olarak BI yazılımları, yapılandırılmamış büyük miktarda veriyi tanımlamaya, geliştirmeye veya yeni stratejik

</BI, Eldeki veri kalabalığının anlamlı bir şekilde elenerek bir strateji yaratma yönünde yorumlanması ihtiyacına cevap veriyor.>

iş fırsatları oluşturmaya yardımcı olma yeteneğine sahiptir. İş zekasının ana amacı da, zaten bu büyük hacimdeki verinin kolayca yorumlanmasını sağlamak. Zira son 20 yıldır veri toplama elde edilen yüksek performans maalesef yanında önemli bir sıkıntıyı da birlikte getiriyor: Eldeki veri kalabalığının anlamlı bir şekilde elenerek elle tutulur bir strateji yaratma yönünde yorumlanması ihtiyacı... İşte BI kavramı da tam bu noktada hayati bir önem kazanıyor. Çeşitli ortamlarda depolanmış veya sunulmuş olan datayı alıyor, temizleme ve transformasyon gibi işlemlerden geçirdikten sonra önceden belirlenmiş ve amacı belli bir alana yerleştiriyor. Elde edilen sonuçlar sayesinde datalar üzerinde değişik analizler ya da algoritmalar geliştirilebilir, ve tüm bu süreç kurumların stratejik karar mekanizmasında önemli bir rol oynuyor.

İş zekası, halihazırdaki iş performansını anlamak ve bilgiye dayalı iş kararları almak için tüm organizasyon çapındaki iş verilerini analiz etmesiyle aslında hem yöneticilerin hem de çalışanların stresini büyük ölçüde azaltıyor. Hede-

fine uygun ve iyi gerçekleştirilmiş iş zekası projeleri, data üzerindeki stratejik sorulardan birçoğunu cevaplayabilir nitelikte olmasıyla güven veriyor. Aynı zamanda geçmiş datalardan yola çıkarak gelecekle ilgili öngörüler yapabilmeyi de sağlıyor.

Yapısal olarak bir iş zekası çözümü, Veri kaynağı (ERP, CRM v.b.), ETL, Veri Ambarı, Analitik Veri Modeli (Analytical Data Model), Raporlama ve Analiz gibi temel İş Zekası bileşenlerini barın-

</Hedefine uygun ve iyi gerçekleştirilmiş iş zekası projeleri, data üzerindeki stratejik sorulardan birçoğunu cevaplayabilir nitelikte olmasıyla güven veriyor.>

diriyor. Daha kolay anlaşılabilmesi için aşağıdaki resimden bir iş zekası yazılımının mimarisini görebilirsiniz.

Burada bahsedilen veri kaynağı kullanmakta olduğunuz ERP veya CRM siste-



minin tutulduğu veritabanıdır. ETL (Extract, Transform, Load), "veri kaynağı"nın istenen raporların daha hızlı çalışması için hazırlanan "veri ambarı"na dönüştürülme aşamalarına verilmiş isimdir. Birinci aşama (Extract) verinin veri kaynağından okunması, ikinci aşama (Transform) okunan verinin ihtiyaç duyulan veriye dönüştürülme aşaması ve üçüncü aşama (Load) dönüştürülmüş verinin hedef veritabanına (biz veri ambarı diyoruz) yazılma aşamasıdır. İhtiyaç duyulan raporlar, veri madenciliği ve OLAP analizlerinin, oluşturulan bu yeni veri ambarı üzerinden yapılması sayesinde hem analizlerimizin daha hızlı gerçekleşmesi hem de bu analizler yapılırken arka planda çalışan sistemimizin yorulmaması sağlanıyor.

Biz de CPM olarak 2016 yılına dünya BI pazarının lideri Qlik View alt yapısı üzerine inşa edilen CPM Analytics ürümüyle girdik. Bu ürünle birlikte müşterilerimize, büyük veriden, geçmiş çok daha hızlı analiz etmeleri ve geleceği tam zamanında kurgulamaları için gereken önemli bir aracı sağlamanın

mutluluğunu yaşıyoruz. Zira uzun vadeli hedeflerimizden bir tanesi de ülkemizde veri odaklı iş dönüşümünün gerçekleştirilmesine öncülük etmek. Ügrunda ter döktüğümüz, zaman ve para harcadığımız işlerimizin tam per-

formansla çalışır hale gelmesini sağlamanın hem Türkiye ekonomisine büyük bir fark getireceğine hem de çağı yakalamak adına giderek bir zorunluluk haline geldiğine inanıyoruz. Hedefimiz ERP'den sonra Türkiye BI pazarında önemli bir oyuncusu olmak ve müşterilerimizin her daim rakiplerinden bir adım önde olmalarını sağlamak.

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/Business_intelligence

</CPM olarak uzun vadeli hedeflerimizden bir tanesi de ülkemizde veri odaklı iş dönüşümünün gerçekleştirilmesine öncülük etmek.>

Business Intelligence

BI greatly reduces the stress of both managers and employees, as it is able to analyse companywide business data to help them understand current business performance and make informed business decisions.

Until recently, our focus in the corporate software sector was on ensuring the entry into the system of the data needed to generate reports for the sound management of a business. Today, many businesses value institutional memory in order to survive for generations, and they try to ensure that the data they need is entered into a system, no matter what its cost for the company. Now, collecting data from its source takes centre stage. The real focus of ERP companies is shifting towards figuring out how to gather data faster and more accurately with methods such as collecting it directly from the field and communicating with devices, as well as how this extremely large set of data (big data) can be used faster and more efficiently (business intelligence, or BI).

</BI fulfils the need to sift through crowded data in a meaningful way and analyse it in order to devise a substantial strategy.>

One of the concepts at the heart of this discussion, BI is described as "the set of techniques and tools for the transformation of raw data into meaningful and useful information for business analysis purposes". [1] Coined in 1865 by Richard

Millar Devens, the term 'Business Intelligence' was first used in an article by IBM researcher Hans Peter Luhn in 1958. Many believe that the present-day meaning of the term grew out of the decision support systems (DSS) developed between the years 1960-85. The '90s saw the creation of the first computer-aided DSS models.

BI software is particularly good at helping to create new strategic business opportunities by identifying and developing large amounts of unprocessed data. This is in line with BI's main goal of making it easier to analyse this volume of data. For as much as there's been high performance in terms of data collection over the last 20 years, it has also brought up a crucial issue: the need for this crowded data to be sifted through in a meaningful way and analysed in order to devise a substantial strategy... This is precisely the point at which BI is of vital importance, as it takes data stored or presented in various media, cleanses and transforms it and finally places it in a predetermined location with a specific purpose. With the results obtained, different analyses and algorithms may be applied to the data, and as a result this entire process plays an important role in the strategic decision-making mechanism of businesses.



BI also greatly reduces the stress of both managers and employees, as it is able to analyse company-wide business data to help them understand current business performance and make informed business decisions. Goal-oriented and well-executed BI projects also provide a sense of security with their ability to answer most strategic questions based on the data. It also allows companies to use past data to create forecasts for the future.

</Goal-oriented and well-executed BI projects provide a sense of security with their ability to answer most strategic questions based on the data.>

meets the need of the query; and the third step, Load, is the storing of the transformed data in the target database (which we call the data warehouse). This new data warehouse allows for the necessary reports to be generated as well as data mining and OLAP analysis to be conducted in a way that is fast and doesn't slow down the system operating in the background.

</At CPM, one of our long-term goals is to spearhead data-focused business transformation in our country.>

At CPM, we started off 2016 with our new product CPM Analytics, built on the framework of QlikView, the world leader in the BI market. With this product, we are happy to offer our customers an important tool in helping them use big data to analyse the past much faster and construct the future just in time. This is in line with our long-term goal of spearheading data-focused business transformation in our country. We believe that utilising the full capacity of the projects we toil over and invest both our time and money in will make a big difference in the Turkish economy. We also believe that the work we do is gradually becoming imperative if we want to keep up with the times. Our goal is to build on our success with ERP by becoming a key player in the Turkish BI market as well as to ensure that our customers are always one step ahead of the competition.

The structure of BI solutions combines basic BI components such as data sources (ERP, CRM, etc.), ETL, data warehousing, an analytical data model as well as reporting and analysis. To get a better understanding, refer to the image below to learn about the structure of a piece of BI software:

The data source referred to here is the database where the data is stored for the ERP or CRM system you use. ETL stands for 'Extract, Transform, Load', the set of processes by which the 'data source' transports the data into the 'data warehouse' where it can be processed faster to generate the reports requested. The first step, Extract, involves retrieving the data from the data source; the second step, Transform, is the stage at which the data retrieved is changed into a format that

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/Business_intelligence



SERKAN AHTAGIL
CPM Yönetim Kurulu Üyesi
CPM Executive Board Member

E-ARŞİV UYGULAMASINDAN FAYDALANIN

E-Arşiv uygulaması, e-defter ve e-fatura uygulamalarına paralel olarak mevzuatımıza girmiş olup, kâğıt ortamında düzenlenen faturanın; elektronik biçimde düzenlenmesine, iletilmesine, saklanmasına ve istenildiğinde ibraz edilmesine imkân tanıyan bir uygulamadır.



E-fatura uygulamasına geçmiş olan mükellefler bu uygulama sayesinde e-fatura mükellefi olmayan alıcılara da elektronik ortamda fatura düzenleyebilmekte, ayrıca e-fatura uygulamasında olduğu gibi düzenledikleri e-arşiv faturaları elektronik ortamda muhafaza edebilmektedirler. Uygulamayla e-fatura mükelleflerine kolaylık sağlanması amaçlanmış ve böylece uygulamayı kullanacak mükelleflerin matbaalara bastırılan Maliye Bakanlığı mühürlü kâğıt faturaları düzenlemelerine gerek kalmamıştır. İnternet üzerinden satış yapan ve yıllık cirosu 5 Milyon TL'nin üzerindeki mükellefler hariç e-arşiv uygulamasına geçiş ihtiyaridir. Ancak e-arşiv sistemine dahil olmanın tek şartı mükellefin halihazırda e-fatura sistemine geçmiş olmasıdır.

E-arşiv faturanın, alıcısına kâğıt olarak gönderilen veya elektronik ortamda

iletilen şekli belgenin aslı, düzenleyen tarafından muhafaza edilen elektronik hali ise ikinci nüsha hükmündedir.

Uygulamayı Kullanması Zorunlu Olan Mükellefler ve Uygulamadan Faydalanma Koşulları:

İnternet üzerinden mal ve hizmet satışı yapan ve 2014 yılı gelir tablosu brüt satış hasılatı tutarı 5 milyon lira ve üzerindeki mükellefler, 01.01.2016 tarihine kadar E-Arşiv Uygulamasına geçmek zorundadır ve uygulamada herhangi bir süre uzatımı olmamıştır.

2014 yılında şartları sağlamayan mükellefler ise şartları sağladıkları hesap dönemine ilişkin gelir veya kurumlar vergisi beyannamesinin verileceği tarihi takip eden hesap döneminin başına kadar başvurularını ve fiili geçiş hazırlıklarını tamamlayarak E-Arşiv Uygulamasına geçmek zorundadırlar. Buna göre örneğin; 2015 yılı brüt satış hasılatı, 5 milyon liranın üzerinde ve internet üzerinden mal ve hizmet satışı olan bir mükellefin, E-Arşiv Fatura Uygulamasına geçme zorunluluğu 01.01.2017 tarihinde başlayacaktır.

Yukarıda sayılanlar dışında kalan mükellefler için ise E-Arşiv Uygulamasına geçiş isteğe bağlıdır.

Uygulamada e-fatura sistemine kayıtlı mükellefler için oluşturulan faturalar dışındaki tüm faturalar, E-Arşiv Faturası olarak isimlendirilmektedir. Mükellefler

e-arşiv fatura uygulamasından, kendi bilgi işlem sistemi üzerinden veya özel entegreörler vasıtasıyla faydalanacaktır.

E-Arşiv Fatura Düzenleme Esasları ve Belgenin Alıcıya Teslimi:

Kullanılan elektronik belge formatı, üzerinde mali mühür/nitelikli elektronik sertifika (NES) taşımaya, belge üzerinde doğrulamaya, görüntülemeye ve kâğıt baskı almaya imkân veren genel tanınırlığa sahip bir format olmalıdır. Mükellefler, istemeleri halinde fatura formatı olarak www.efatura.gov.tr internet adresinde yayımlanan e-fatura format ve standardını da kullanabilirler. Gelir İdaresi Başkanlığı gerekli görmesi halinde, mükelleflerin kullandıkları elektronik belge formatının değiştirilmesini isteyebilir.

</E-Arşiv Uygulaması kapsamında düzenlenen faturada, düzenleme tarihi yanında düzenleme zamanının da saat ve dakika olarak gösterilmesi zorunludur.>

Mükellefler E-Arşiv Uygulaması kapsamında elektronik belge biçiminde oluşturdukları faturayı, alıcısına; -vergi mükellefi olmayanlar hariç- kâğıt ortamında teslim ederler. Elektronik ortamda oluşturulan faturanın kâğıt ortamında teslimi halinde baskı işlemi mükellefin kendisi tarafından yapılabilir. İsteyen mükellefler baskı işini anlaşmalı matbaa işletmelerine veya özel entegreörler de yaptırabilir. Bu durumda anlaşmalı matbaa işletmeleri veya özel entegreörler tarafından Başkanlığa herhangi bir bildirim yapılmaz. Vergi Usul Kanununun faturanın nizamına ilişkin hükümlerine göre; faturaların baş tarafında iş sahibinin veya namına imzaya mezu olanların imzasının bulunması mecburidir. Buna göre, vergi uygulamaları bakımından faturada imzanın bulunması zorunlu olmakla beraber, faturanın şekil ve nizamına ilişkin esaslara riayet edilmek şartıyla, düzenleme tarihinde imzaya yetkili olanın imzasının, notere tasdik ettirilip basım sırasında fatura üzerine yazdırılmak suretiyle faturanın (hazır imzalı olarak) kullanılabilmesi mümkündür.

E-Arşiv Uygulaması kapsamında düzenlenen faturada, düzenleme tarihi yanında düzenleme zamanının da saat ve dakika olarak gösterilmesi zorunludur.

Her iki tarafın da e-fatura mükellefi olduğu durumlarda e-arşiv fatura düzenlenmeyecektir. Bu gibi durumlarda e-fatura uygulaması geçerlidir.

E-Fatura Uygulamasından yararlanma hakkı olup da henüz kayıtlı olmayan mükelleflere E-Arşiv Uygulaması kapsamında düzenlenen fatura kâğıt ortamında teslim edilir. Bu kapsamda, alıcısına malın yanında kâğıt olarak verilen fatura, irsaliyeli fatura yerine kullanılabilir. Ancak bu imkândan yararlanabilmek için faturanın, malın teslimi anında düzenlenmesi ve "İrsaliye yerine geçer." ifadesinin yazılması zorunludur.

</Sağladığı birçok kolaylık sebebiyle, e-defter uygulamasına geçmiş olan tüm mükelleflerin e-arşiv uygulamasından da bir an önce faydalanması iyi bir karardır.>

Vergi mükellefi olmayanlara düzenlenen e-arşiv fatura ise, alıcının rızasına bağlı olarak kâğıt veya elektronik ortamda teslim edilir. Elektronik ortamda teslimi istenen fatura internet dâhil olmak üzere her türlü elektronik araç ve ortamlar vasıtasıyla iletilir. Bu satışlarda fatura, malın teslimi ya da hizmetin ifası anında elektronik ortamda iletilyorsa müşteriye bu faturanın kâğıt çıktısı verilir. Bu durumda çıktının satıcı veya yetkilisi tarafından imzalanması zorunludur. Bu imkândan yararlanabilmek için faturanın malın teslimi anında düzenlenmesi zorunludur.

E-Defter mükelleflerinin mal ihracatı ve yolcu beraberinde eşya kapsamında yapılan ihracatta alıcıya düzenlenecekleri faturada ise e-arşiv uygulamasından vazgeçilmiş olup bu gibi durumlarda da e-fatura düzenlenmesi gerekmektedir. Fakat bu uygulamaya geçiş zorunluluğu 01.01.2017 tarihine ertelenmiştir.

Ödeme kaydedici cihazlar üzerinden

gerçekleştirilen ve e-fatura veya elektronik arşiv faturası ile belgelendirilen satışlarda, ödeme kaydedici cihazlardan (yeni nesil dâhil) düzenlenecek bilgi fişi, satış anında düzenlenmek ve satıcı veya yetkilisi tarafından imzalanmak şartıyla irsaliye yerine geçer.

E-Arşiv izni olup internet üzerinden vergi mükellefi olmayanlara mal ve hizmet satışı yapanlar, yaptıkları satışlara ilişkin faturaları elektronik ortamda iletme zorundadır. Söz konusu satışlarda faturanın kâğıt çıktısının sevk edilen malın yanında bulunması gerekmektedir. E-Arşiv Uygulamasından yararlanan mükellefler irsaliyeli fatura düzenleyemezler.

E-Arşiv Faturaların Gelir İdaresi Başkanlığına Raporlanması

E-Arşiv izni alan mükellefler özel entegreörler, elektronik ortamda oluşturdukları belgelere ilişkin olarak, Başkanlığın www.efatura.gov.tr İnternet adresinde yayımlanan veri formatı ve standardına uygun E-Arşiv Raporunu mali mühür ya da NES ile zaman damgalı olarak onaylamak ve E-Arşiv Kılavuzunda açıklanan yöntem veya yöntemlerle Başkanlık sistemine aktarmak zorundadır. Erişim ve raporlama gereklerinin yerine getirilmiş olması, mükellefin e-arşive konu belgelerinin muhafazası ve ibrazı ödevlerini ortadan kaldırmaz.

</Her iki tarafın da e-fatura mükellefi olduğu durumlarda e-arşiv fatura düzenlenmeyecektir. Bu gibi durumlarda e-fatura uygulaması geçerlidir.>

Elektronik Belgelerin Muhafazası Ve İbrazi

E-Arşiv izni alan mükellefler, muhafaza ve ibraz ödevlerini yerine getirirken aşağıdaki hususlara riayet etmek zorundadır.

Oluşturdukları ikinci nüsha elektronik belgelerini ve E-Arşiv Raporlarını birbiriyle ilişkili şekilde, vergi kanunları ve diğer kanuni düzenlemelerin kâğıt nüshalar için öngörmüş olduğu süreler dâhilinde muhafaza ve istenildiğinde ibraz ödevle yükümlüdür. İkinci nüsha elektronik belgeler ve E-Arşiv Raporları mükelleflerin kendi bilgi işlem sistemlerinde muhafaza edilir. Fakat mükellefler istemeleri halinde Başkanlıktan saklama izni almış kuruluşlarda da muhafaza ödevlerini yerine getirebilirler.

Elektronik belge ve raporların Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde ve Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarının geçerli olduğu alanlarda muhafaza edilmesi zorunludur. Bu zorunluluk, yurt dışında ikincil bir arşivleme yapılmasına engel teşkil etmez.

E-Fatura Uygulamasına kayıtlı olmayan vergi mükellefleri, adına düzenlenen e-arşiv faturayı kâğıt ortamda almak ve saklamak zorundadır.

Vergi mükellefi olmayanlar adına düzenlenen faturaların iletiminin elektronik ortamda olması halinde vergi kanunlarına göre muhafaza ödevi bulunanlar elektronik ortamda aldıkları faturaların muhafazasını da elektronik ortamda yapmak zorundadır.

Sonuç olarak; sağladığı birçok kolaylık sebebiyle halihazırda e-defter uygulamasına geçmiş olan tüm mükelleflerin e-arşiv uygulamasından da bir an önce faydalanması yerinde olacaktır. Daha fazla bilgi için meslek mensuplarına danışmaktan çekinmeyiniz.



KORAY YURTERİ
Crowe Horwath
HSY YMM A.Ş.



TAKE ADVANTAGE OF THE E-ARCHIVE SYSTEM

Along with the e-Ledger and e-Invoice systems, the e-Archive system is now a part of our legislation, and it allows for paper invoices to be filed, sent, saved and, when necessary, submitted electronically.

Taxpayers who have switched to the e-Ledger system can also file electronic invoices for customers who don't use e-Invoice, as well as saving the e-Archive invoices electronically like they can with e-Invoice. This system seeks to provide convenience for e-Invoice taxpayers, who no longer have to use paper invoices with the seal of the Ministry of Finance obtained from the printing press. Switching to the e-Archive system is optional for taxpayers with the exception of those who do commerce via the internet and who have an annual turnover of more than 5 million TL. However, the only requirement to benefit from the e-Archive system is for the taxpayer to already have switched to the e-Invoice system.

With an e-Archive invoice, the version sent to its receiver as a paper document or electronically is considered to be the original document, while the electronic version kept by the issuing authority is legally regarded as a duplicate.

Taxpayers Who Are Obligated to Use the System and Terms of Use:

Taxpayers who sell products or services via the internet and whose gross sales revenues in their 2014 statement of income is equal to or greater than 5 million lira must switch to the e-Archive system until January 1, 2016, and there is currently no time extension on the deadline.

Taxpayers who do not meet the criteria for 2014 are obligated to switch to the e-Archive system by completing their application and active preparations by the beginning of the accounting term following the date when the income or corporate tax return must be submitted for the accounting term during which they do meet the criteria. For instance, a taxpayer who sells products and services via the internet and whose gross sales revenue for 2015 was over 5 million lira must switch to the e-Archive system by January 1, 2017.

For all other taxpayers not included in these categories, switching to the e-Archive system is optional.

All invoices except for those filed for taxpayers using the e-Invoice system are termed e-Archive invoices in the system. Taxpayers may access the e-Archive invoice system via their own information technology system or via special integration providers.

Procedures for Filing an e-Archive Invoice and Submitting the Document to the Customer:

The electronic document must be in a generally recognisable format that supports financial seals/qualified electronic certificates (QES) and allows the receiver to edit, view and print the document. Taxpayers may also use the e-Invoice format and standard found on www.efatura.gov.tr. The Revenue Administration may ask the taxpayers to change the format used for electronic documents if they consider it necessary.

With the e-Archive system, taxpayers file an invoice as an electronic document and submit it to their customers – with the exception of those who are not taxpayers – as a paper document. When an invoice filed electronically must be submitted in paper, the taxpayer may print the document himself, or he may outsource the printing process to contracted printing presses or special integration providers. In these cases, the contracted printing presses or special integration providers do not notify the Revenue Administration in any way.

According to the provisions of the Tax Procedure Law pertaining to the order of the invoice, it is mandatory for the signature of the business owner or another authorised signature to appear at the beginning of the invoices. Accordingly, while it is mandatory for a signature to appear on the invoice as per tax regulations, provided that it conforms with the guidelines pertaining to the shape and order of the invoice, the document may bear the signature

of a person with an authorised signature at the time the invoice is filed if it is certified by the notary and printed on the (pre-signed) invoice.

For invoices filed with the e-Archive system, it is mandatory for the filing time to appear in hours and minutes in addition to the filing date.

In cases where both parties use the e-Invoice system, an e-Archive invoice will not be filed. In cases such as these, the e-Invoice system supersedes.

For taxpayers who are entitled to use the e-Invoice system but have not yet registered, the invoice filed on the e-Archive system is submitted to them in paper form. However, in order to benefit from this option, the invoice must be filed at the time the product is delivered and it must bear the statement 'Replaces dispatch note'.

e-Archive invoices filed for non-taxpayers may be submitted in paper or electronic form, depending on the consent of the customer. Invoices requested to be filed electronically may be submitted using all electronic tools and media, including the internet. For these transactions, if the invoice is filed electronically at the time the product is delivered or the service is rendered, a paper printout of the invoice will be given to the customer. In these cases, the seller or a company official must sign the printout. In order to benefit from this option, the invoice must be filed at the time the product is delivered.

For invoices filed by taxpayers using the e-Ledger system for exported items or products exported as items carried by passengers, the invoice may not be filed using the e-Archive system, and in these cases, the invoice must be filed using e-Invoice. However, the obligation to meet this rule has been postponed until 1 January 2017.

For transactions carried out using cash registers and documented with an e-Invoice or an e-Archive invoice, a receipt generated by cash registers (including new-generation ones) will replace the dispatch note on the condition that it is generated at the time the sale occurs and is signed by either the seller or a company official.

Those who sell products and services to customers

who are permitted to use e-Archive but are not taxpayers registered online must submit the invoices for their sales electronically. For these transactions, the paper printout of the invoice must accompany the product being dispatched.

Taxpayers who use the e-Archive system are not permitted to file consignment invoices.

Reporting e-Archive Invoices to the Revenue Administration

For electronic documents filed by taxpayers and special integrators permitted to use the e-Archive system, the e-Archive Report filed in accordance with the data format and standards found on www.efatura.gov.tr must be approved using a financial seal or QES as well as a timestamp, and it must be submitted to the Revenue Administration system using method(s) set forth in the e-Archive Guide. Fulfilling the requirements of access and reporting does not waive the taxpayer's responsibility of storing and submitting said documents to the e-Archive system.

Storing and Submitting Electronic Documents

Taxpayers permitted to use the e-Archive system must comply with the following requirements when fulfilling their duties of storing and submitting documents.

They will be responsible for storing and presenting upon request the duplicate electronic documents and e-Archive reports generated as related documents in the time period set by tax laws and other legal regulations for paper copies. Duplicate electronic documents and e-Archive reports shall be stored on taxpayers' own IT systems. However, taxpayers who wish to store these documents in businesses authorised by the Revenue Administration for the purpose of document storage may do so.

The electronic documents and reports must be stored

inside the borders of the Republic of Turkey and in areas where the laws of the Republic of Turkey apply. This obligation does not prohibit companies from creating a secondary archive outside of the country.

Taxpayers not authorised to use the e-Invoice system must receive and store the e-Archive invoice filed on their behalf in paper form.

In the event that invoices filed for customers who are not taxpayers are submitted electronically, those who are legally obligated to store the documents must store invoices received electronically on an electronic platform.

In conclusion, due to the many advantages it provides, it would be useful for all taxpayers who have already switched to the e-Ledger system to adopt the e-Archive system as soon as possible. For more information, do not hesitate to consult members of the profession.

With an e-Archive invoice, the version sent to its receiver as a paper document or electronically is considered to be the original document, while the electronic version kept by the issuing authority is legally regarded as a duplicate.

Teknolojinin tarihçesi: Silikon Vadisi



Günümüzün en popüler teknoparklarından biri olan Silikon Vadisi, üniversitelerin ve öğrencilerin girişimcilerle buluşmasını sağlayan ve dünya çapında ses getiren yeniliklerin doğum yeri olan ilgi çekici bir bölge. Yolunuz ABD'nin California eyaletine düşerse, Apple, HP, Intel, Microsoft, Facebook gibi dev bilişim firmalarının merkezlerine ev sahipliği yapan bu eşsiz vadiyi pas geçmeyin.

Googleplex

Buralara kadar gelmişken canımız çiğrimiz Google'ın dillere destan ofisini görmekten dönmemek olmaz! Google kampüsü olarak da bilinen bu geniş arazide yürüyerek gezmek çok fazla zaman kaybına sebep olacağından en iyisi meşhur Google bisikletleriyle gezmek. HQ binası ziyaretçilere açık, burada Google'ın ilk server'ını, Google car olarak bilinen arabayı ve SpaceShip 2'nin bir replikasını görebilir, özgün ve özgür Google havasını soluyabilirsiniz.

Computer History Museum

Bilişim teknolojisinin ataları bu müzede! Bugün artık hayatımızın en pratik parçaları olan birçok teknolojik aletin bugünkü formunu alıncaya kadar nasıl da uzun ve meşakkatli bir yol kat ettiğini daha yakından görmek için doğru yerdesiniz. İşlemciler, bellekler, sabit diskler, şifreli veri depolama sistemler ve daha neler neler...

Üniversiteler

Princeton ve Stanford Üniversiteleri devasa kampüsleriyle Silikon Vadisi'nin görülmesi gereken yerleri arasında. Kampüslerin geniş yeşil alanlarında, uzun koridorlarında ve kütüphanelerinde gezinmek her yaşta insan için ilham verici bir deneyim. Eğer doğru günü tutturursanız Stanford Üniversitesi'nde düzenlenen ücretsiz Girişimci Düşünce Liderleri (ETL) seminerlerine de katılabilirsiniz.

Intel Museum

Dünyanın ilk mikroişlemcisinin oluşum macerasını keşfetmek için bu küçük müze oldukça etkileyici bir seçim. Intel'in kurucuları hakkında daha fazla bilgi almak, ilginç öngörülerle bilinen Gordon Moore'un 'yasalarının' öğrenmek, çip teknolojisindeki son gelişmeleri izlemek... Buradan bir şeyler öğrenmeden çıkmak imkansız!

Facebook ve Apple

Dünyanın en bilinen ve en sevilen bu iki markasında maalesef bina içine ziyaretçi kabul edilmediği için turistler ancak etrafta dolaşmakla yetinmek zorunda. Ancak bu durum elbette meşhur logolarla fotoğraf çekilmeye engel değil!

The history of technology: Silicon Valley

One of the most popular techno parks of our day, Silicon Valley is an intriguing region that serves as the meeting place of universities and their students with entrepreneurs and the birthplace of innovations that have worldwide impact. If you happen to visit the state of California when you're in the United States, don't pass up this unique valley that's home to the headquarters of huge corporations like Apple, HP, Intel, Microsoft and Facebook.

Googleplex

It wouldn't be right to come all this way and not see our beloved Google's renowned office! Also known as the Google campus, this extensive property would take a lot of time to tour walking, so it's best to get around on Google's famous bicycles. The HQ building is open to visitors who wish to see Google's first server, the Google self-driving car and a replica of SpaceShip 2 as they get inspired by the atmosphere of innovation and freedom at Google.

Computer History Museum

A museum for the ancestors of information technology! This is the perfect place to see the long and arduous path many technological tools took until they reached their current form as some of the most practical items we use in our daily lives. You'll find servers, memory units, hard disks, encrypted data storage systems and much, much more...

Universities

The huge campuses of Princeton and Stanford Universities are among the must-see destinations in Silicon Valley. Cruising the campuses' wide green spaces, long halls and libraries is an inspiring experience for people of all ages. If you happen to visit at the right time, you might even get to attend one of the free Entrepreneurial Thought Leaders seminars at Stanford University.

Intel Museum

This small museum is a great choice for those who want to discover the impressive journey of the world's first microprocessor. From finding out more about Intel's founders to learning about the 'laws' of Gordon Moore (who's known for his ground-breaking predictions pertaining to the semiconductor components industry) and observing the latest advancements in chip technology, it's impossible to leave this museum without learning new things!

Facebook and Apple

You'll have to make do with touring the environs of these two best-known and loved brands in the world, as visitors are unfortunately not permitted into the headquarters. Of course that shouldn't stop you from taking photographs with the famous logos!

Emeğinize sağlık

Firmanızı şu anki durumuna getirmek için yıllarca çalıştınız. Peki ya sonrası? Rekabetin arttığı günümüz dünyasında, verimlilik ve sistemleşme artık vazgeçilmez. Gelin, çok büyük emekler ile bugünlere getirdiğiniz firmanızı, geleceğe ERP ile birlikte taşıyalım.

Thanks to your effort

Over many years you strived to reach your firm to have present status. What then? In today's sharp competitive world efficiency and system progressions are inevitable. Let's forward together your firm that you have taken up to now through your huge labour, with correct ERP.



POTANSİYELİNİ
YÖNET 2016

CPM Yazılım A.Ş.

Flatofis İstanbul, Otakçılar Cad. No: 78 Kat:1
D Blok No:73 Eyüp - İstanbul / TÜRKİYE

444 8 177
www.cpm.com.tr

cpm
Yerli yerinde
çözümler