



KONYA'DA
İTHALATI
AZALTMAK İÇİN
CEP TELEFONU
AKSESUARLARI
ÜRETİMİ
ARAŞTIRMASI

2018



T.C.
MEVLANA KALKINMA AJANSI
TEKNİK DESTEK PROGRAMI

Konya Haberleşme Cihazları Saat ve
Gözlük Satış ve Tamirciliği Esnaf ve Sanatkârlar Odası
Konya Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği

**"KONYA'DA İTHALATI AZALTMAK İÇİN
CEP TELEFONU AKSESUARLARI
ÜRETİMİ ARAŞTIRMA RAPORU -
TR52/18/TD/0089"**

Hazırlayanlar

Adnan Kahraman *Makine Mühendisi*

Mustafa Baykul *Makine Mühendisi*

Erdoğan Aksu *Elektrik Elektronik Mühendisi*

Ezgi Ülkü Koza *Uzman*

Dr. Murat Gümüş *Endüstri Mühendisi*



ARALIK-2018

"TR52/18/TD/0089 - Konya da İthalatı azaltmak için Cep Telefonu Aksesuarları
Üretimi Fizibilite Araştırması" Projesi T. C. Mevlana Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilmektedir.
İçerik ile ilgili tek sorumluluk EUROPA Danışmanlık firmasına aittir

İÇİNDEKİLER

TABLolar	03
ŞEKİLLER	03
YÖNETİCİ ÖZETİ	05
DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE CEP TELEFONUN GELİŞİM SÜRECİ	07
<i>Cep Telefonlarının Özellikleri</i>	13
CEP TELEFONU PAZARI	19
<i>Türkiye'de Cep Telefonu Pazarı</i>	19
<i>Dünya'da Cep Telefonu Pazarı</i>	20
<i>Cep Telefonunda Dünya'da ve Türkiye'de ihracat rakamları</i>	23
<i>Cep Telefonu Şarj Aleti Pazarın Büyüklüğü;</i>	33
<i>Üretim</i>	41
<i>USB kablo tipleri</i>	41
<i>USB şarj standartları</i>	45
<i>Apple şarj sistemi</i>	47
<i>Samsung Şarj Sistemi</i>	48
<i>Cep Telefonu Şarj Aleti Üretimi</i>	50
<i>Dağıtım Kanalları</i>	51
FİNANSAL HESAPLAMALAR	53
1. SENARYO – 50 Milyon TL üzeri STRATEJİK YATIRIM ANALİZİ	54
2. SENARYO – 5 Milyon TL üzeri KOSGEB STRATEJİK ÜRÜN DESTEĞİ İÇİN YATIRIM ANALİZİ	67
YORUM	79
YATIRIM İÇİN İŞLETME DÖNEMİNDE DESTEK ALINABİLECEK FİNANSAL KAYNAKLAR	81
<i>KOSGEB DESTEK PROGRAMLARI</i>	81
<i>EKONOMİ BAKANLIĞI DESTEKLERİ</i>	82
<i>SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI DESTEKLERİ</i>	86
<i>DİĞER FİNANSAL KAYNAKLARDAN GELİR YARATMA OLANAKLARI</i>	93
KAYNAKÇA	99

TABLolar

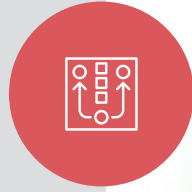
Tablo 1: Mobil Telefon Sektörü	23
Tablo 2: İhracat, İthalat, Hacim, Denge (\$).....	23
Tablo 3: Mobil Telefon Sektöründe Küresel Dış Ticaret Görünümü (\$)	24
Tablo 4: İhracat, İthalat, Hacim, Denge (\$).....	25
Tablo 5: Ülkelere Göre Mobil Telefon İhracatı (\$).....	26
Tablo 6: Ülkelere Göre Mobil Telefon İthalatı (\$)	27
Tablo 7: Ülkelere göre Türkiye'den Mobil Telefon İhracatı (\$)	28
Tablo 8: Akıllı Telefon Pazarı	37
Tablo 9: İşletim Sistemleri (1000 adet)	37
Tablo 10: 2017 yıl sonu satış rakamları	38
Tablo 11: USB şarj Standartları	45
Tablo 12: Apple şarj sistemi	47
Tablo 13: Samsung şarj sistemi	48
Tablo 14: Finansal Tablolar	54
Tablo 15: Finansal Tablolar	67

ŞEKİLLER

Şekil-1 Türkiye Akıllı Telefon Özellikleri	17
Şekil-2 Dünya Akıllı Telefon Pazarları	18
Şekil-3 Mobil Telefon İhracatı, Toplam İhracat, Mobil Telefon İthalatı, Toplam İthalat (Milyar\$).....	24
Şekil-4 2016 ve 2017 Yılları Ocak-Haziran Dönemlerinde Mobil Telefon İhracatı, Toplam İhracat, Mobil Telefon İthalatı, Toplam İthalat (Milyar\$).....	25
Şekil-5 Akıllı Telefon satışları.....	30
Şekil-6 USB Kablo çeşitleri	41
Şekil-7 USB uç çeşitleri	44
Şekil-8 USB belirtilimleri	46
Şekil-7 Üretim Genel Şeması	53

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu araştırmanın temel gerekçesi; odamızın üyesi cep telefonu aksesuarı satan esnafımızın, yerel ve ulusal girişimcilere yol gösterecek, Konya’da cari açığı azaltacak, ithalatı tamamen ortadan kaldıracak cep telefonu aksesuarı üretimine yönelik bir fabrika fizibilitesi oluşturulması için veri temin etmektir.



Bu araştırmanın temel gerekçesi MEVKA planlarında belirttiği; 10. Kalkınma Planı (2014-2018),Orta Vadeli Program (2017-2019), TR52 Konya Karaman Bölge Planı, Raporuna dayandırılmıştır.

TR52 Konya Karaman Bölge Planında “28. Türkiye’de yıllar itibariyle yapılan ithalatın büyük bir kısmı imalat sanayinden kaynaklanmaktadır. Bunun nedeni imalat sanayi sektörlerinin rekabet güçlerini koruyabilmek için ucuz veya uygun ithal girdilere (ara mallar ve ham madde) yönelmeleri olarak gösterilebilir ki bu durum tüm ekonomiyi etkileyen bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. İmalat sanayinde de cari açık artışında en büyük etkiye sahip sektörler gıda, makine ve ekipman imalatı, otomotiv yan sanayi, ana metal, fabrikasyon metal ürünleri imalatı, kauçuk plastik ile potansiyel olarak görülen kimya ve enerji olarak ortaya çıkmaktadır.



Fizibilite raporu kapsamında; iki senaryoya göre yatırımların finansal analizi yapılmıştır. Birinci senaryoda ithal malın tamamen ortadan kaldırılması için 50 milyon TL üzeri Stratejik bir yatırım olarak yeni teşvik sistemi kapsamında 93 milyon TL yatırım tutarlı Stratejik Yatırım, 2.senaryo için ise yine cari açığı azaltıcı ithal ürünlerin pazarına azaltmaya yönelik 13 milyon TL KOSGEB stratejik ürün yatırımı kabul edilmiştir.

Yüksek dış ticaret açığı vermesi nedeniyle ulusal düzeyde cari işlemler açığının oluşmasının en büyük nedeni olan bu sektörler aynı zamanda Konya Karaman Bölgesi için yapılan kümelenme eğilimi, coğrafi yoğunlaşması, dış ticaret performansları ve yatırımlar bakımından yapılan Kapsamlı Mevcut Durum Analizinde verilmiştir, analiz sonucunda da bölgede öne çıkan sektörlerdir.” “152.Bu alanların mevcut altyapılarının iyileştirilmesi ile ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından yapılacak faaliyetler desteklenecektir. Bu alanların fizibilite, proje, altyapı hizmetleri çeşitli teşvik mekanizmaları ile iyileştirilecektir.” şeklinde detaylı bir analiz yapılmıştır.

Bu araştırmanın **temel gerekçesi; odamızın üyesi** cep telefonu aksesuarı satan esnafımızın, yerel ve ulusal girişimcilere yol gösterecek, Konya’da cari açığı azaltacak, ithalatı tamamen ortadan kaldıracak cep telefonu aksesuarı üretimine yönelik bir fabrika fizibilitesi oluşturulması için veri temin etmektir. Bu anlamda öncelikle kendi kurumumuz ve paydaşlarımız olan ithalatı azaltma, yerli ve milli üretim konusunda temel paydaşlarımız KONESOB, MEVKA, Konya Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü ile ilgili temel bilgileri elde etmesi, bu bilgiyi doğru şekilde öğrenmesi ve yukarıda belirtilen tüm planlardaki faaliyetleri SMART yaklaşımı ile gerçekleştirebilmeleri için bu araştırma yapılmıştır.

Üst ölçek planlarla örtüşen araştırma kapsamında yapılacak cep telefonu aksesuarı üretim fizibilitesine yönelik araştırma ile Mevlana Kalkınma Ajansının Kurumsal kapasite artırıcı faaliyetler – **Öncelik-1: Bölgede ithal ara malı üretiminin desteklenmesi** ve **Öncelik-2: Teknoloji odaklı girişimcilik** ve kırsal girişimciliğin geliştirilmesi ile doğrudan ilişkili olması sebebiyle “**Konya’da İthalatı azaltmak için Cep Telefonu Aksesuarları Üretimi Fizibilite Araştırması**” sayesinde yerli ve milli üretim ile ilgili bilgileri **öğrenilip** ve kurum **bünyesinde** paydaşlarımız ile bilgi alış veriş sağlanarak yerli ve milli üretim için veri sağlamıştır.

Fizibilite raporu kapsamında; iki senaryoya göre yatırımların finansal analizi yapılmıştır. Birinci senaryoda ithal malın tamamen ortadan kaldırılması için 50 milyon TL üzeri Stratejik bir yatırım olarak yeni teşvik sistemi kapsamında 93 milyon TL yatırım tutarlı Stratejik Yatırım, 2.senaryo için ise yine cari açığı azaltıcı ithal ürünlerin pazarına azaltmaya yönelik 13 milyon TL KOSGEB stratejik ürün yatırımı kabul edilmiştir. Bu yatırımları ile TÜİK’in rakamlarına göre geçtiğimiz yıl 2017’de 19,3 milyon adet taşınabilir şarj cihazı ithalatı gerçekleşti ve toplam 75,9 milyon dolar harcama yapıldı. Böyle bir stratejik yatırım ile yaklaşık 400 milyon TL’lik ithalatın azaltılarak sıfırlanması mümkündür. Konya Haberleşme Cihazları Saat ve Gözlük Satış ve Tamirciliği Esnaf ve Sanatkarlar Odası ve Konya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği bu ön fizibilite ile potansiyel Türk girişimcisine yol gösterecektir.



DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE CEP TELEFONUN GELİŞİM SÜRECİ

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte farklı konumlarda bulunan sistem ve bilgiye anında ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. 21. yüzyılda insan hayatına giren mobilite kavramı, iletişim alışkanlıklarında köklü değişikliklere neden olmuştur. Mobil telefonlarla birlikte iletişim altyapılarının gelişmesi ve yeni nesil kablosuz iletişim teknolojilerinin yaygın kullanılması sonucunda mobil iletişim olanakları da gelişmiş ve yaygınlaşmıştır.

Farklı mekânlarda bulunan kişiler arasında iletişime olanak sağlayan araçlardan biri olarak telefon, teknik olarak bir iletişim ve enformasyon aracı olmasının yanı sıra, aynı zamanda kültür, kimlik, siyaset ve ekonomi alanlarında rolü bulunan bir araçtır. Daha önce bazı denemeler olmuşsa da Graham Bell'in 10 Mart 1876'da telefonu icat etmesiyle birlikte iletişim devriminin önünün açıldığı söylenmektedir.

Telefon yaklaşık 100 yıl boyunca gelişimini sürdürmüş ancak kablosu olduğu için her zaman bir yere bağlı olarak kullanılmıştır. Finlandiya ve İsveç gibi coğrafi nedenlerle kablo döşeme sıkıntısı yaşayan ülkelerin alternatif kanallar arama çabasıyla telefon kablosuz hale gelmiştir.

10

38

50

75

Türkiye’de cep telefonu pazarı, 1994’ten günümüze adeta ışık hızı ile büyümektedir. Türk insanının teknolojiye olan yoğun ilgisi, söz konusu büyümedeki en önemli faktörlerden bir tanesi olarak gösterilmektedir. Cep telefonu teknolojisi ve yeni çıkan marka ve modeller başta gençler olmak üzere toplumun diğer kesimleri tarafından da önemli ölçüde takip edilmektedir (Marketing Türkiye, 2004:44). Bu bağlamda değerlendirildiğinde cep telefonları Türkiye’de, şaşırtıcı bir biçimde, piyasaya sürüldüğü andan itibaren farklı demografik özelliklere sahip kişilerin ilgisini çekmiştir.

Mobil telsiz sistemleri, mobil iletişim teknolojilerinin temelini oluşturur. Bu sistemde iletilmek istenen veri, elektromanyetik dalgalar sayesinde bir frekans üzerinden alıcıya iletilir. İlk olarak 1947 yılında geliştirilen hücreli telefon sistemleri, yalnızca taşıtlarda telefon kullanımını olanaklı hale getirmiştir. Buna benzer birçok denemenin ardından Global System for Mobile Communications veya kısaca GSM dediğimiz, Türkçeye ise “mobil iletişim için küresel sistem” olarak çevirebileceğimiz teknoloji için ilk adım ise 1982 yılında atılmıştır. Avrupa Birliği (AB) devlet başkanları GSM projesini onaylayarak 900 Mhz frekansının mobil iletişim için kullanılması kararını almışlardır. Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya, araştırma ve geliştirme çalışmaları için iş birliği anlaşması imzalamıştır. 1988 yılına gelindiğinde AB tarafından GSM altyapısının özellikleri detaylı olarak belirlenmiş ve aynı yıl 10 GSM operatörü ile anlaşmalar imzalanmıştır. 1990 yılında ise İngiltere’nin önerisi ile 1800 Mhz frekansının da GSM şebekelerine adapte edilmesine karar verilmiştir. Artık mobil iletişim için standartlar belirlenmiş ve buna uygun cep telefonları ile baz istasyonlarının geliştirilmesi için hummalı çalışmalar yürütülmüştür.

Sözü edilen yıllarda yapılan yoğun çalışmalar sonuç vermiş, 1991 yılında Finlandiya’nın yerel GSM operatörü Radiolinja üzerinden yine Finlandiya’nın iletişim kuruluşu olan Nokia’nın 1011 modeli ile ilk cep telefonu görüşmesi gerçekleştirilmiştir. İlk dolaşım (roaming) anlaşması Telecom Finlandiya ile İngiliz Vodafone firmaları arasında yapılmış ve iki ülke arasında cep telefonu görüşmeleri mümkün olmuştur.

1 Temmuz 1991 tarihindeki ilk GSM görüşmesine kadar mobil iletişim konusunda birçok çalışma yürütülmüştür. Motorola’nın cep telefonu bölümünün başında yer alan Martin Cooper’in 3 Nisan 1973 tarihinde 1 kilo 133 gram ağırlığındaki telefon ile yaptığı görüşme ilk cep telefonu görüşmesi olarak kayıtlara geçtiğinde GSM gibi mobil iletişim konusunda bir standart henüz geliştirilememiştir (Genç, 2011). Ancak 1991’den sonra Avrupa standardı olan GSM, ticari uygulanabilirliği ve sayısal standartları küresel çapta desteklemesi ile 100’den fazla ülkede 150’den fazla operatör tarafından kullanılmıştır. Bu anlamıyla GSM standardı, hem Avrupa ülkelerinde cep telefonunun ABD’ye göre daha büyük bir hızla yayılmasını getirmiş, hem de cep telefonu standardı olarak dünya çapında önemli ölçüde yayılmıştır.



GSM sisteminin ticarileşmesi sonucunda, cep telefonlarının boyutları küçülmüş ve ağırlıkları azalmıştır. Her yerde taşınabilecek, bireylerin cebinde, arabada, yolda taşıyabilecekleri boyutta “taşınabilir” cep telefonları kullanılmaya başlanmıştır.

Fonksiyonel olarak, WAP, kısa mesaj servisi, arama kayıtları, renkli ekranlar ve zil sesleri indirme özelliklerine sahip cep telefonları yaygınlaşmıştır. Cep telefonlarının pil ömürleri uzatılmıştır.

2000’li yılların başına göz atıldığında, Avrupa ve Japonya’nın cep telefonu kullanımında etkin bölgeler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Öte taraftan ABD, bazı nedenlerle (ülkede internet kullanımının yaygın oluşu, pazar rekabetinin düzenli olmayışı, Amerikan kültürünün konuşmaktan daha çok yazmayı öncelemesi, ev ve iş yerlerinde klasik telefonların bu ihtiyacı karşılaması nedeniyle yalnızca gençler arasında kabul görmesi, vb) bu rekabette geride kalmıştır.

Rusya’nın ise ekonomik sorunlar nedeniyle bu tabloda yerinin daha alt düzeylerde olduğu görülmektedir. Cep telefonlarının doğduğu İskandinav ülkeleri, cep telefonunun yaygınlaşmasında Avrupa Kıtası için öncü bir pozisyonda olmuştur. Örneğin Finlandiya kullanım ve üretim noktasında da başı çeken bir ülke olarak dikkat çekmektedir. Bir Finlandiya kuruluşu olan Nokia, başlangıçta tuvalet kâğıdı üretirken, bugün cep telefonu üretiminde dünya pazarında önemli bir noktada bulunmaktadır.

İlk kablosuz iletişim sistemi, İskandinav ülkeleriyle İngiltere, Almanya ve Fransa’da kullanılmıştır. 1. Nesil sistemler (1G) adı verilen bu analog haberleşme sistemleri, yetersiz kapsama alanı ve zayıf ses kalitesi ile telsiz iletişim sağlamıştır.

Analog sistemlerin ardından kullanılan sayısal sistemlere ikinci nesil sistemler (2G) adı verilmektedir. İkinci nesil iletişim sistemleri, ses aktarımının yanı sıra veri aktarımı, mesaj alışverişi gibi hizmetlere de olanak sağlamasına rağmen artan hızlı haberleşme ihtiyacı ve çoklu ortam uygulamalarının yaygınlaşması, üçüncü nesil (3G) haberleşme sistemlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sıralanan bu sistemlerin günümüzde artık son noktası durumundaki dördüncü nesil (4G) sistemler ise 2G ve 3G sistemlerin devamıdır ve hücresel bir ağ sistemi kullanmaktadır .

Türkiye’de ise cep telefonu hizmeti sunmak üzere yapılan çalışmalar 1985 yılında başlamıştır. 1986 yılında Ankara ve İstanbul’da hizmete giren analog cep telefonu hizmetinin 1987-1994 yılları arasındaki abone sayısı 5101’den 93503’e ulaşmış ve sayısal cep telefonu hizmetinin başladığı 1994 yılından günümüze dek neredeyse sabit kalmıştır. Sayısal teknolojiye dayalı GSM diye bilinen cep telefonları hizmeti ise, PTT ile iki ayrı konsorsiyum arasında imzalanan sözleşme uyarınca 1994 yılında vermeye başlanmıştır. Buna göre, 1 Temmuz 1993 tarihinde, Telekom Finland, Ericsson Telekomünikasyon, Penta, Çukurova grubu ve Kavela grubunun oluşturduğu Turkcell Konsorsiyumu; 2 Temmuz 1993 tarihinde de Detecon, Alcatel Sel, Siemens, Teletaş ve Simko’nun oluşturduğu Telsim Konsorsiyumu PTT ile sözleşmeler imzalamıştır. Sözleşmelerin imzalanmasının ardından 1994 yılında önce Turkcell, sonra da Telsim konsorsiyumları Türkiye’de cep telefonu hizmeti vermeye ve abone kaydetmeye başlamışlardır.

Türkiye’de cep telefonu pazarı, 1994’ten günümüze adeta ışık hızı ile büyümektedir. Türk insanının teknolojiye olan yoğun ilgisi, söz konusu büyümedeki en önemli faktörlerden bir tanesi olarak gösterilmektedir.





Cep telefonu teknolojisi ve yeni çıkan marka ve modeller başta gençler olmak üzere toplumun diğer kesimleri tarafından da önemli ölçüde takip edilmektedir (Marketing Türkiye, 2004:44). Bu bağlamda değerlendirildiğinde cep telefonları Türkiye’de, şaşırtıcı bir biçimde, piyasaya sürüldüğü andan itibaren farklı demografik özelliklere sahip kişilerin ilgisini çekmiştir. Hızla yaygınlaşan ve bir tür toplumsal bağımlılığın nesnesi haline gelen cep telefonları, 1990’larda Türkiye pazarına girdiğinde, ülke büyük bir ekonomik krizin içerisindeydi. Krizin fakirleşme, iş kaybı-işsizlik, sınıfsal uçurumun derinleşmesi gibi etkilerine rağmen cep telefonu pazarı gittikçe büyümüş ve

2000’lerin başında dünya cep telefonu sahipliği istatistiklerinde Türkiye ilk sıralara yerleşmiştir. Halen süreğenliğini koruyan bu istatistiksel durum, küresel mobil iletişim endüstrisi için Türkiye’nin genç ve teknolojiye meraklı nüfusuyla kârlı yatırımların yapılabileceği bir pazar olarak görünmesine neden olmuştur. Dolayısıyla ilk başlarda böyle bir patlamayı tahmin edememiş ve dolayısıyla çekimser davranmış yerli yatırımcıların da iletişim sektörüne girmelerinin kapısı böylece aralanmıştır

Türkiye’de bugün mobil iletişim pazarında hukuken yetkilendirilmiş 47 adet GSM operatörü bulunmasına karşın, fiilen hizmet veren 3 operatör bulunmaktadır: Turkcell, Vodafone, Avea. 1998 yılında, 500’er milyon ABD Doları bedeli karşılığında, Turkcell ve Telsim 25 yıl süreli GSM işletme lisansı almaya hak kazanmıştır. Telsim’e Şubat 2004’te Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu (TMSF) tarafından el konulmuş, Ağustos 2005’te Telsim, TMSF tarafından satışa çıkartılmış ve 13 Aralık 2005’te düzenlenen ihaleyi 4.55 milyar ABD Doları ile en yüksek teklifi veren Vodafone kazanmıştır. Satış işlemleri 24 Mayıs 2006’da tamamlanmıştır (www.turkcell.com.tr).



Cep telefonu teknolojisi ve yeni çıkan marka ve modeller başta gençler olmak üzere toplumun diğer kesimleri tarafından da önemli ölçüde takip edilmektedir (Marketing Türkiye, 2004:44). Bu bağlamda değerlendirildiğinde cep telefonları Türkiye’de, şaşırtıcı bir biçimde, piyasaya sürüldüğü andan itibaren farklı demografik özelliklere sahip kişilerin ilgisini çekmiştir.



2000 yılına gelindiğinde ise 2 yeni GSM 1800 lisansı verilmiştir. Bunlardan biri Telecom Italia ve Türkiye İş Bankası ortaklığı olan İş-Tim’e verilmiş ve İş-Tim Mart 2001’de Aria markası ile GSM hizmetleri vermeye başlamıştır. İş-Tim, vergiler hariç 2,5 milyar ABD Doları lisans bedeli ödemiştir. Diğer GSM 1800 lisansı ise Türk Telekom’a verilmiştir. Türk Telekom 14 Aralık 2001’de Aycell markası ile GSM hizmetleri vermeye başlamıştır. Şubat 2004’te, İş-Tim ve Aycell birleşerek yüzde 40’ı Türk Telekom’a, yüzde 40’ı Telecom Italia Mobile’ye ve yüzde 20’si İş Bankası’na ait olan “TT&TIM”i kurmuşlardır. TT&TIM Avea markası ile faaliyet göstermeye başlamıştır (www.turkcell.com.tr).

Kasım 2004’te, Türkiye Özelleştirme İdaresi, Avea’nın yüzde 40 hissesine sahip olan Türk Telekom’un yüzde 55’inin blok satışı yolu ile özelleştirileceğini duyurmuştur. Türk Telekom’un yüzde 55’inin satışına ilişkin ihale 1 Temmuz 2005’te gerçekleşmiş, ihaleyi Oger Telecom konsorsiyumu kazanmıştır. Oger Telecom konsorsiyumu, Türk Telekom’un yüzde 55’i için 5 yılda ödenmek üzere faizi ile birlikte 7,4 milyar ABD Doları ödemiş ve satış işlemleri 15 Kasım 2005’te tamamlanmıştır. 2006’nın üçüncü çeyreğinde, Avea’nın ortaklarından Telecom Italia Mobile, İş-Tim’deki yüzde 40 oranındaki hissesini Türk Telekom’a satacağını açıklamış ve satış işlemi Eylül 2006’da tamamlanmıştır. (www.turkcell.com.tr).





// Cep Telefonlarının Özellikleri

İlk başlarda sabit telefonlar, zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldıran ve kişilerarası iletişimin bir unsuru olarak görülürken, ilerleyen dönemlerde kitlelere yönelik bilgi ve enformasyon hizmeti sağlaması nedeniyle iletişim araştırmacıları tarafından bir kitle iletişim aracı olarak değerlendirilmiştir. Dimmick, Sikand ve Patterson'un daha sonra yaptığı tartışmalarda, sabit telefonların hem kişisel hem de kitlesel bir iletişim aracı olarak ele alınabileceği dile getirilmiştir. Yeni bir araç ve teknoloji olarak cep telefonları ise hem kişilerarası iletişim hem de kitle iletişiminin elementlerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu açıdan cep telefonları klasik telefonların temel fonksiyonlarını yerine getirme noktasında herhangi bir fark taşımaz, fakat geleneksel telefonların sabitlik unsuru barikatını aşma noktasında işlevsel bir araçtır .

Teknolojideki gelişmeler, iletişim sektöründe telefonların kullanımını da hızlı bir biçimde dönüştürmüştür. Cep telefonları yaygınlaştıkça tüketicinin geleneksel sabit telefonlara bakış açısı da değişmiştir. Nitekim kullanıcılar geleneksel telefonları artık daha eski bir moda olarak görmeye başlamışlardır (Öztürk, 2006:26). Yeni bir iletişim teknolojisi olarak cep telefonları ise geleneksel telefonların işlevini yerine getirirken aynı zamanda mekânsal sınırlamaları aşarak mobilizasyonu sağlamıştır. Ayrıca cep telefonları üzerinden internete ulaşılması, geleneksel telefonların birebir iletişim kurmasının da ötesine geçerek ve geleneksel telefonların sınırlamalarını da ortadan kaldırarak kullanıcılar nezdinde daha fazla doyum oluşturmaktadır .



Fiziksel hareketliğe izin vermesi açısından mobil iletişim aygıtları, kullanıcıyı konuşma, mesajlaşma ya da telefonun oyun gibi kullanıldığı anlarda fiziki mekândan ve çevresinden soyutlayarak, dijital, sanal ve gerçek olanın bir arada bulunduğu başka bir alana doğru harekete geçirmektedir. Cep telefonu ile konuşan birinin çevresindekileri unutmasının, içinde bulunduğu mekânı ve alanı hızla terk etmesinin nedeni de budur.



Öte yandan, cep telefonu kullanımı esnasında dokunma, duyma, görme gibi birçok duygunun beraber hissediliyor olması telefon üzerinden diğer insanlarla daha güçlü iletişim kurma imkânı sağlamaktadır. Bu duyguların iç içe geçiyor olması, ayrıca daha farklı duygusal süreçlerin yaşanmasına ve bireyin sembolik olarak kendini daha iyi sunabilmesine imkân tanımaktadır. Benzer şekilde Campbell ve Park da çalışmalarında cep telefonlarının diğer yeni iletişim teknolojilerinden vücutta taşınabilirliğe izin vermesi yönüyle ayrıştığını dile getirmektedir. Ayrıca cep telefonlarının kişinin fiziksel hareketliliği esnasında da kullanılabilmesi, telefonun bireysel bir araç olarak daha fazla benimsenmesine neden olmaktadır.

Fiziksel hareketliğe izin vermesi açısından mobil iletişim aygıtları, kullanıcıyı konuşma, mesajlaşma ya da telefonun oyun gibi kullanıldığı anlarda fiziki mekândan ve çevresinden soyutlayarak, dijital, sanal ve gerçek olanın bir arada bulunduğu başka bir alana doğru harekete geçirmektedir. Cep telefonu ile konuşan birinin çevresindekileri unutmasının, içinde bulunduğu mekânı ve alanı hızla terk etmesinin nedeni de budur. Ayrıca cep telefonu kendi teknolojik özelliği uyarınca, sadece kullanıcısının bir başkası ile bağlantı kurmasına ya da bulunduğu mekândan bağlantısını kesmesine değil, aynı zamanda kullanıcıya ait bilgi ve verileri depolamaya ve dolayısıyla yeni bir deneyim kurmaya da yararmaktadır. Bir diğer ifadeyle cep telefonları, kullanıcısının sosyal çevresini oluşturan kişilerin telefon numaralarından içinde sevilen, beğenilen mesajların tutulduğu mesaj kutularına, kullanıcı hakkında bilgi veren fotoğraflardan ses dosyalarına, zil seslerine, günlük rutini düzenleyen alarmlardan boş zaman aktivitesi oyun konsoluna kadar kullanıcılarının "şeylerini" depolayarak, ayarlanan ve saklanan her şeyin silinip tekrar kurulmasına, onlarla sürekli oynanmasına, düzenlenmesine izin veren alanı üretmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde cep telefonu teknolojisi, kullanıcıya bedeninin, duygularının ve üretmeye çalıştığı kimliğin uzantısı olduğu hissiyatını vermektedir.



Teknik gelişim boyutundan bakıldığında ise cep telefonları, ilk çıktığında sadece iki telefon cihazı arasında sesli bağlantı kurmak için kullanılmış, daha sonra buna kısa mesaj olarak bilinen SMS (Short Message Servis) özelliği eklenmiştir. Bunlar birinci nesil telefonlar olarak kabul edilirken, ikinci nesil cep telefonları ise fotoğraf ve video çekebilen, bunları MMS (Multimedia Message Service) ile gönderebilen, kablosuz ağ (Wi-Fi) desteği ile internette dolaşma teknolojisine geliştirilmiş olduğu telefonlardır. Türkiye’de de kullanıma açılmış olan iletişim sistemini kullanabilen üçüncü nesil, kablosuz cep telefonları teknolojisine verilen genel ad 3G’dir 3G işletim sistemiyle çalışan cep telefonları ise kullanıcılarına dosya paylaşımı, internete ulaşım, telekonferans, multi medya gibi birçok özelliğin yanı sıra, yüksek düzeyde data ve belirgin bir esneklik imkânı tanımaktadır.





Cep telefonlarının sıralanan bunca işlevsel faydasının yanında, bir de yoğun kullanım sonucu ortaya çıkan mobil aygıtlara bağımlılık sorunu da göz ardı edilmemesi gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayatımızın her alanına sızan cep telefonlarına yönelik bağımlılık düzeyi arttıkça bu araçları yakınımızdan ve aklımızdan çıkartmamız da zorlaşmaktadır. Bu yeni durumun vahametini ABD’de 2 bin yetişkin akıllı telefon kullanıcısı arasında yapılan araştırma sonuçları göstermektedir. Buna göre araştırmaya katılanların yaklaşık yüzde 10’u cinsel ilişki sırasında dahi cep telefonu kullanmaktadır.

Bunlarla birlikte cep telefonu ile avuç içi (PDA) bilgisayarlar arasında son dönemde görülmeye başlanan yöndeşme sonucunda cep telefonu özelliği de kazanan avuç içi bilgisayarlardan telefon, WAP, faks, e-posta vb. iletişim ağırlıklı işlevler yanında adres defteri, ajanda, takvim, müzik, video, oyun ya da çeşitli ödemeleri yapmak (e-Cüzdan) gibi bilgisayar ağırlıklı işlevleri de yerine getiren “akıllı telefonlara” (smartphone) doğru hızlı bir gelişme yaşanmaktadır (Törenli, 2005:119). Bu bağlamda mobil iletişim aygıtları “akıllı” hale geldikçe ve karmaşıklaştıkça onları yöneten yazılımlar, yani işletim sistemleri de paralel olarak gelişmektedir. Cep bilgisayarları, tablet bilgisayarlar, akıllı cep telefonları gibi mobil iletişim aygıtlarını yönetmek için üretilen işletim sistemleri mobil işletim sistemleri olarak adlandırılmaktadır. Bireysel mobil iletişim uygulamaları denildiğinde ise kullanıcıların bireysel ihtiyaçlarını karşılayan, hayatını kolaylaştıran biraz da eğlenmelerini sağlayan uygulamalar akla gelmektedir. Mobil hayata geçtiğimiz son yıllarda bireysel kullanıcılar mobil iletişim cihazları üzerinden konuşma, mesajlaşma, internete bağlanma, bilgi arama, sosyal ağlara bağlanma, oyun oynama, müzik dinleme, televizyon izleme, alışveriş yapma, adres bulma, bankacılık işlemleri gibi etkinlikleri gerçekleştirebilmektedir.





Bunlarla birlikte yeni teknoloji cep telefonları, hızlı internet erişimi ile birlikte sosyal etkileşimin daha da güçlü ve hızlı bir şekilde yaşanmasının yolunu açmaktadır. Güçlü dijital altyapısı, hızlı internet erişimi, ücretsiz iletişim programları ve sosyal medya ağlarına anında bağlanma imkânıyla akıllı telefonlar, kullanıcılarına anlık bilgi aktarım fırsatı da vermektedir. Bu telefonlar ile kaydedilen görüntü ve fotoğrafların "Facebook", "Twitter", "Youtube" vb. sosyal medya araçlarıyla geniş kitlelerle paylaşılması cep telefonu kullanıcılarını potansiyel birer gazeteciye dönüştürmektedir. Her geçen saat, hatta şu an dahi ilerleyen her yeni dakikada dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan bir olay veya yeni bir gelişme hızlı internet erişimine sahip olan akıllı telefonlar aracılığıyla anında tüm dünyaya servis edilmektedir.

İnternet ve bilgisayar teknolojisinin hemen hemen tüm unsurlarını taşıyan akıllı telefonlar, herkesi potansiyel birer haberci yapmasının yanı sıra asıl bu işi yaparak hayatını sürdürenlerin, mesleklerini yerine getirirken işlerini de kolaylaştırmıştır. Televizyon gazetecilerinin kullandığı canlı yayın araçlarının yerini artık 3G hızındaki internet almıştır.

Bir olay yerinden gerçekleştirilecek canlı yayın için naklen yayın araçlarıyla yapılan hazırlık süresi bazen saatleri alırken, bu süre 3G sistemli kameralar sayesinde birkaç dakikaya inmiştir. Dolayısıyla 3G modem bağlantısı ile bir kameradan alınan görüntü hemen ekranlara yansıtılabilmektedir.

Diğer taraftan olay yerinden cep telefonları ile çekilen görüntü ve fotoğraflar ücretsiz programlar ile haber merkezlerine ulaştırılmakta, yüksek çözünürlüklü bu görseller online gazeteler ile televizyon ekranlarında anında kullanılabilir. Önemli bir haber yakalayan ama o anda yanında kamera ve fotoğraf makinesi gibi profesyonel cihazları olmayan gazeteciler, akıllı telefonları ile bu haberi görüntülemekte ve mesleki rekabette önemli bir adım atmaktadır. Dolayısıyla sözü edilen bu mobil teknolojiler, toplumsal hayatta birçok alanı dönüştürdüğü gibi habercilik alanını da yeniden yapılandırmaktadır.

Cep telefonlarının sıralanan bunca işlevsel faydasının yanında, bir de yoğun kullanım sonucu ortaya çıkan mobil aygıtlara bağımlılık sorunu da göz ardı edilmemesi gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayatımızın her alanına sızan cep telefonlarına yönelik bağımlılık düzeyi arttıkça bu araçları yakınımızdan ve aklımızdan çıkartmamız da zorlaşmaktadır. Bu yeni durumun vahametini ABD’de 2 bin yetişkin akıllı telefon kullanıcısı arasında yapılan araştırma sonuçları göstermektedir. Buna göre araştırmaya katılanların yaklaşık yüzde 10’u cinsel ilişki sırasında dahi cep telefonu kullanmaktadır. Cinsel ilişki sırasında telefonlarını kullananların en yoğun olduğu yaş grubunun ise yüzde 20 ile 18-34 yaş aralığında olduğu belirtilmektedir. Yine araştırma sonuçlarına göre Amerikalıların yüzde 72’si akıllı telefonunu her zaman 5 adım yakınında tuttuğunu belirtirken, yüzde 12’si duşta, yüzde 19’u kilisede, yüzde 33’ü ise kız arkadaşı ile yediği akşam yemeğinde akıllı telefonunu yanından hiç ayırmadığını dile getirmektedir (www.radikal.com.tr).

Alankuş ise cep telefonlarının yaygın kullanımıyla birlikte ortaya çıkan yeni durumun boyutlarını artı ve eksileriyle tartışırken, mobil cihazların hem iletişimsel hem de toplumsal ortamı dönüştürdüğüne dikkat çekmektedir:

İletişim teknolojilerinin hayatımıza girişi artık öngörülemez bir hızla oluyor. Bugün birçok gelişmekte olan ülkede -bu arada Türkiye’de devlerinde telefon bağlantısı olmayan insanların ellerinde cep telefonları var. Cep telefonu radyodan sonra en yaygın iletişim aracı haline gelmiş durumda. Ayrıca her teknoloji kullanımı gibi, bunun da ikili bir yüzü var. Çünkü iletişim amaçlı kullandığımız her araç sahip olduğu esas -hayatımızı kolaylaştırıcı- işlevin yanında başka işlevler de yükleniyor. Örneğin, reklamlar her yerde olduğu gibi artık mobil telefonunuzun ekranında da sizi buluyor. Diğer yandan, yine yeni teknolojiler görece olarak ucuzlayıp yaygınlaştıkları ölçüde çok yaratıcı alternatif kullanımlara da konu olabiliyorlar. Nitekim cep telefonlarının kısa mesaj servislerinin Amerika Birleşik Devletleri’nin (ABD) Irak’a saldırısı sırasında binlerce kişinin aynı anda hareket ettiği savaş karşıtı gösterilerin düzenlenmesinde önemli bir rol oynadığı biliniyor. Hepsinden öte iletişim teknolojileri birbiriyle eklemlenip/yöndeşip çoklu medya (multi medya) ortamı oluşturdukları ölçüde, hem kendileri dönüşüp başkalaşıyorlar, hem de hayatımızı yeni yeni biçimlerde değiştiriyorlar.”



CEP TELEFONU PAZARI

Akıllı telefonlar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de halen en popüler teknoloji ürünlerinden biri. Yeni çıkan ürünler tüm dünyada geniş yankı buluyor. Düzenlenen fuarlar geniş katılımcı kitlelerine ulaşıyor. Bununla beraber akıllı telefon pazarları büyümeye devam ediyor. Fakat büyüme artık geçmiş yıllara göre azalan bir ivmeye sahiptir.

// Türkiye’de Cep Telefonu Pazarı

2016 yılında mobil pazar için önemli bir gelişme Nisan ayındaki 4.5G lansmanıydı. Data aktarım hızları gelişse de satışlara etkisi çok büyük olmadı, çünkü lansman öncesinde de satılan telefonların zaten büyük bir kısmı 4.5G uyumluydu. 2016’da satılan telefonların %94’ü 4.5G uyumluydu.

Avrupa pazarlarıyla karşılaştırıldığında, Türkiye’nin farklılaştığı alanlardan biri ekran boyutları oldu. Türkiye’de 2016’da satılan telefonların %47’si 5 inçten büyüktü (5inç hariç). Bu segmentin payı geçen sene ise %36’ydı, 10 puanlık bir artış yaşandı. Bu oran 2016’da Batı Avrupa’da yaklaşık %31.

Şekil-1 Türkiye Akıllı Telefon Özellikleri

2016 Türkiye’de Satılan Akıllı Telefon Özellikleri



Telefon depolama kapasitelerinde de artış gözlemleniyor. Türkiye’de 2016’da satılan telefonların %76’sı 16GB’tan büyük kapasiteye sahip. Bu segment de geçen seneye göre 10 puan artış gösterdi. Türkiye’de 2016’da ortalama kapasite 19GB olurken, Batı Avrupa’da bu ortalama 24GB oldu.



// Dünya'da Cep Telefonu Pazarı

Dünyada akıllı telefon satışları 2016'da 2015'e göre %6.6 büyüyerek 1.4 milyar adet olarak gerçekleşti. Bu satışların %28'i gelişmiş ülkelerden geldi. Gelişmiş ülkelerdeki akıllı telefon pazarlarında ise büyüme ya yavaşlamış durumda ya da eksiye geçti. Bu yavaşlamanın başlıca sebeplerinden biri, giderek artan akıllı telefon sahiplik oranı oldu. Gelişmiş bölgelerde akıllı telefon pazarı doygunluk seviyelerine önceki senelerde çoktan ulaşmıştı. Dolayısıyla 2016'da 2015'e göre gelişmiş bölgelerde yani Batı Avrupa'da -%3 daralma, Gelişmiş Asya'da %1 büyüme görüldü, Kuzey Amerika'da ise pazar aynı kaldı.

Şekil-2 Dünya Akıllı Telefon Pazarları





2017’de global olarak akıllı telefon pazarı, gelişmiş bölgelerde inovatif teknolojilerden, gelişmekte olan bölgelerde ise yeni taleplerden etkilenecek. 2016’da 1.4 milyar olan satış adedinin 2017’de %3 büyümeye ile 1.44 milyar adet olması bekleniyor. Batı Avrupa, Kuzey Amerika gibi gelişmiş pazarlarda ise büyümeye ya beklenmiyor ya da beklentiler en çok %1 olacağı yönünde. GfK Global Telekom Direktörü Arndt Polifke’ye göre, akıllı telefonlar kadar tüketiciler tarafından yoğun kullanılan başka bir ürün yok

Türkiye gibi ürün sahiplik oranı halen düşük olan, pazarları doygunluğa ulaşmamış gelişmekte olan ülkelerde ise 2016’da genel olarak büyümeye yaşandı. Türkiye’nin de içinde bulunduğu Orta Doğu ve Afrika bölgesi %5 büyürken, Orta ve Doğu Avrupa %10, Gelişmekte Olan Asya %6 büyüdü. Latin Amerika ise bu trendin dışında kalarak -%1 küçülme gösterdi. Fakat yıl toplamı eksiye olsa da, Brezilya’da düzelmeye başlayan ekonomik atmosfer ile beraber son çeyrekte artış oldu. Son olarak Çin’de artış %17 ile yaklaşık 450 milyon adet olarak kaydedildi. Bunda 4G teknolojisinin yaygınlaşmaya başlaması da etkili oldu.

Türkiye’de 2017’nin ilk iki ayında da trend bozulmadı ve satış seviyesi adetsel olarak geçen senenin -%8 altında gerçekleşti.

2017 Şubat ayında önceki yıllarda olduğu gibi Sevgililer Günü kampanyalarının etkisiyle akıllı telefonlar yine tercih edilen ürünlerden oldu. Organize perakendede1 Sevgililer Günü satış artışı Ocak satış ortalamasının %35 üstünde gerçekleşti. Bu oran sırasıyla 2015’te %41 ve 2016’da %37 oranlarındaydı. %35 artış ile Sevgililer Günü etkisiyle hacim her ne kadar Ocak ortalamasının üstünde olsa da geçen senelerdeki artışın altında kaldı.





2017'de global olarak akıllı telefon pazarı, gelişmiş bölgelerde inovatif teknolojilerden, gelişmekte olan bölgelerde ise yeni taleplerden etkilenecek. 2016'da 1.4 milyar olan satış adedinin 2017'de %3 büyümeye ile 1.44 milyar adet olması bekleniyor. Batı Avrupa, Kuzey Amerika gibi gelişmiş pazarlarda ise büyümeye ya beklenmiyor ya da beklentiler en çok %1 olacağı yönünde. GfK Global Telekom Direktörü Arndt Polifke'ye göre, akıllı telefonlar kadar tüketiciler tarafından yoğun kullanılan başka bir ürün yok. Bu nedenle akıllı telefon talebi doygun pazarlarda bile devam etmekte. Ayrıca doygunluğa rağmen yine de bu pazarlarda sanal gerçeklik, yapay zeka, akıllı ev teknolojileri, mobil ödeme ve mobil sağlık uygulamaları gibi inovatif uygulamalar akıllı telefonları cazip kılmaya devam ediyor. Bunun yanı sıra özellikle Orta Doğu ve Afrika bölgesi ve Gelişmekte olan Asya bölgesindeki olgunlaşmamış pazarlarda büyümeye açısından potansiyel devam etmekte. Sonuç olarak 2017'de bu iki faktör dünyada akıllı pazarların gelişiminde rol oynadı.

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2018'in ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %17,6'lık bir büyümeye performansı ile 15,4 milyar TL ciro değerinde elde etti.

Akıllı telefonların 2018 ikinci çeyreğinde toplam tüketici teknolojisi ürünleri cirosundan aldığı pay %47'lere gelirken, 2018 ikinci çeyrekte 2017'nin aynı dönemine göre %30'lara yaklaşan cirosal büyümeye ile de göz doldurdu. Adetsel olarak tüm sektörlerde daralma gerçekleşirken, akıllı telefonlar satış adedinde anlamlı oranda büyüdü.

Telekom sektörü 2018'in ikinci çeyreğinde bir önceki yıl aynı döneme göre %29,3 oranında büyüyerek 7,2 milyar TL'lik ciro elde etti.

Akıllı telefonlara inç kırılımında bakıldığında, 5.5 inç ve üzerindeki ürünlerin satışlarının cirosal olarak ikiye katlandığı, adetsel büyümenin ise %65'i geçtiği kaydedildi.

Mobil telefonlarda cirosal daralma gözlenirken, sektördeki diğer ürün grupları 2018 ikinci çeyreğini çift haneli pozitif büyümeye oranları ile kapattı. Akıllı saatler %68 büyümeye ile en çok büyüyen ürün grubu olurken, mikrofonlu kulaklıklar %58 ile ikinci sırada yer aldı.

// Cep Telefonunda Dünya'da ve Türkiye'de ihracat rakamları

Mobil telefon sektörüne ilişkin rapor hazırlanırken, Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi Olan Harmonize Sistem (HS) kullanılmış; Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (G.T.İ.P.) dikkate alınmıştır. Sektörün 2015-2016 yılları ile 2016-2017 yılları Ocak-Haziran dönemi ihracat ve ithalatı aşağıdaki kodlar kapsamına giren ürünler bağlamında hazırlanmıştır:

Tablo 1: Mobil Telefon Sektörü

G.T.İ.P Tanım	Tanım
851712000011	Alicısı bulunan verici portatif (Cellular) telsiz telefon cihazları
851712000012	Alicısı bulunan verici mobil araç (Cellular) telsiz telefon cihazları
851712000013	Alçak güçlü (100 miliwatt'dan küçük) mobil telsiz telefon cihazları
851712000019	Hücresele ağlar için veya diğer kablosuz ağlar için diğer telefonlar

Bu raporda geniş kapsamlı analizinin yapılmaya çalışıldığı mobil telefon sektörü 2016 yılında ihracatını %124 oranında artırmayı başarmış, aynı dönemde ithalatını da düşürerek 2015 yılında 3,1 milyar dolar olan dış ticaret açığını 3 milyar dolar seviyesine geriletmiştir.

Tablo 2: İhracat, İthalat, Hacim, Denge (\$)

	2015	2016	Değişim
İhracat	31.193.969	69.921.047	124,1%
İthalat	3.139.193.054	3.059.750.730	-2,5%
Dış Ticaret Hacmi	3.170.387.023	3.129.671.777	-1,3%
Dış Ticaret Dengesi -%	-3.107.999.085	-2.989.829.683	-3,8%

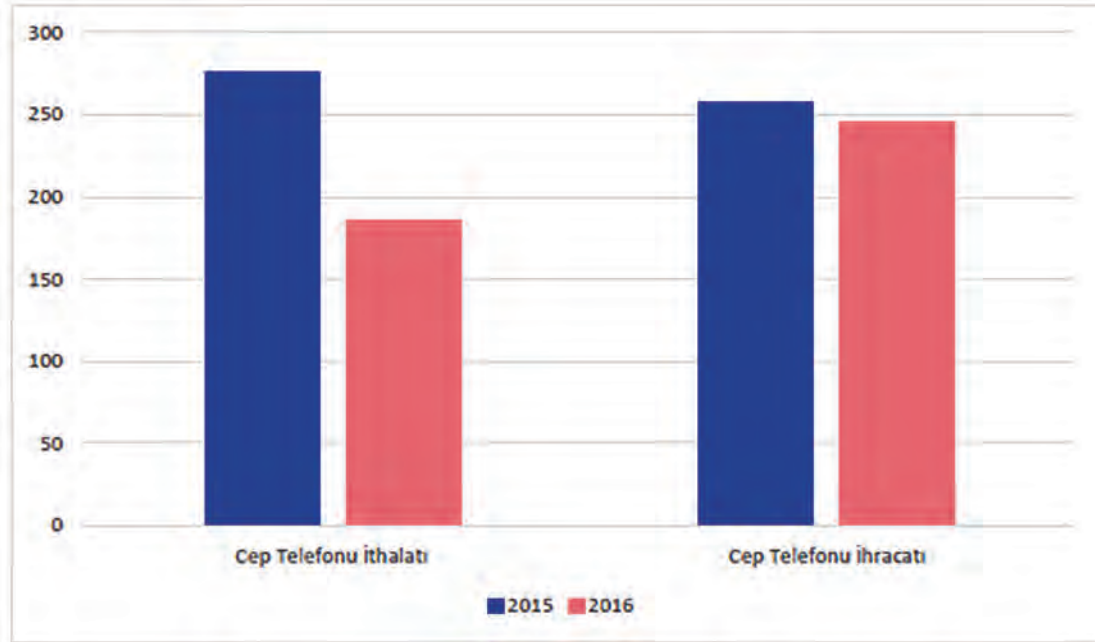
Tablo 2, 2015 ve 2016 yılları itibarıyla mobil telefon sektörünün ihracat, ithalat, hacim ve dengesini göstermektedir. Buna göre, 2016 yılında ihracat bir önceki yıla göre %124,1 oranında artarken ithalat ise %2,5 oranında azalmıştır. 2016 yılında dış ticaret hacmi 2015 yılına göre %1,3 azalışla 3,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiş, dış ticaret dengesi ise 2016 yılında 3 milyar dolar açık vermiştir.

Tablo 3: Mobil Telefon Sektöründe Küresel Dış Ticaret Görünümü (\$)

	2015	2016	Değişim
İhracat	31.194	69.921	124,1%
Küresel İhracat	256.775.557	242.742.215	-5,5%
İthalat	3.139.193	3.059.751	-2,5%
Küresel İthalat	275.697.498	255.508.224	-7,3%
Küresel İhracattaki Payı	0,01%	0,03%	
Küresel İthalattaki Payı	1,14%	1,20%	

Tablo 3, 2015 ve 2016 yılları itibarıyla mobil telefon sektöründe küresel görünüm ile Türkiye'nin konumunu göstermektedir. Küresel mobil telefon ihracatı 2016 yılında %5,5 oranında azalırken küresel mobil telefon ithalatı ise aynı dönemde %7,3 oranında azalmıştır.

2016 yılında Türkiye'nin küresel mobil telefon ihracatından aldığı pay %0,03 iken küresel mobil telefon ithalatından aldığı pay ise %1,2 olarak gerçekleşmiştir.

Şekil-3 Mobil Telefon İhracatı, Toplam İhracat, Mobil Telefon İthalatı, Toplam İthalat (Milyar\$)

Kaynak: GTB

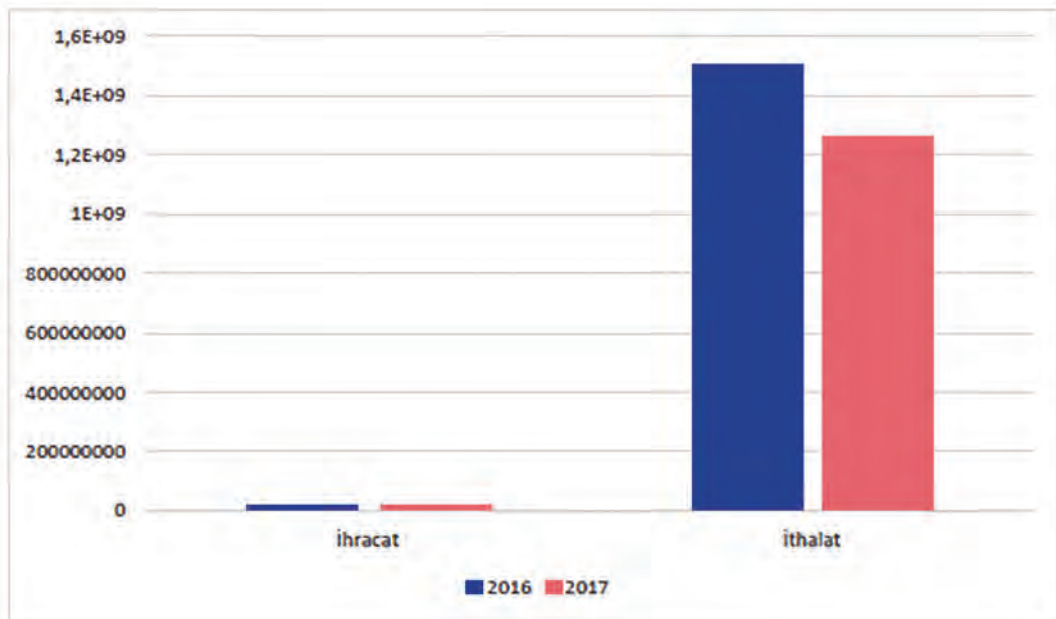
Grafik 1'e göre mobil telefon sektörü ihracatı 2015 yılında toplam ihracatın %0,02'sini oluştururken bu oran 2016 yılı için %0,05 olmuştur. Mobil telefon sektörü ithalatı 2015 yılında toplam ithalatın %1,51'ini, 2016 yılında ise toplam ithalatın %1,54'ünü oluşturmuştur.

Tablo 4: İhracat, İthalat, Hacim, Denge (\$)

	2016 Ocak-Haziran	2017 Ocak-Haziran	Değişim
İhracat	18.111.947	19.122.143	5,6%
İthalat	1.490.206.366	1.257.169.682	-15,6%
Dış Ticaret Hacmi	1.508.318.313	1.276.291.825	-15,4%
Dış Ticaret Dengesi	1.472.094.419	-1.238.047.539	-15,9%

Kaynak: GTB

Tablo 4, 2016 ve 2017 yılları Ocak-Haziran dönemleri itibariyle mobil telefon sektörünün ihracat, ithalat, hacim ve dengesini göstermektedir. Buna göre, 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde ihracat bir önceki yıla göre %5,6 oranında artarken ithalat ise %15,6 oranında azalmıştır. 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde dış ticaret hacmi 2016 yılı Ocak-Haziran dönemine kıyasla %15,4 oranında azalarak 1,3 milyar dolara gerilerken söz konusu dönemde dış ticaret açığı ise %15,9 oranında daralarak 1,2 milyar dolar seviyesine gerilemiştir.

Şekil-4 2016 ve 2017 Yılları Ocak-Haziran Dönemlerinde Mobil Telefon İhracatı, Toplam İhracat, Mobil Telefon İthalatı, Toplam İthalat (Milyar\$)**Kaynak: GTB**

Grafik 2'ye göre mobil telefon sektörü ihracatı 2016 yılı Ocak-Haziran döneminde toplam ihracatın %0,03'ünü oluştururken bu oran 2017 yılı aynı dönemi için %0,02 olmuştur. Mobil telefon sektörü ithalatı ise 2016 yılı Ocak-Haziran döneminde toplam ithalatın %1,5'ini, 2017 yılında ise toplam ithalatın %1,2'sini oluşturmuştur.

Tablo 5: Ülkelere Göre Mobil Telefon İhracatı (\$)

Sıra	Ülke	2015	2016	2016 Pay	Değişim
1	Çin	124.265.616	116.090.877	47,8%	-6,6%
2	Vietnam	25.088.232	31.447.217	13,0%	25,3%
3	Hong Kong	22.009.419	23.730.906	9,8%	7,8%
4	Hollanda	19.325.583	15.551.437	6,4%	-19,5%
5	ABD	10.493.609	9.916.540	4,1%	-5,5%
6	Güney Kore	10.378.172	8.156.690	3,4%	-21,4%
7	Almanya	4.930.943	6.286.012	2,6%	27,5%
8	Singapur	6.042.925	5.208.390	2,1%	-13,8%
9	Avusturya	4.302.313	3.997.400	1,6%	7,1%
10	Slovakya	3.760.988	3.523.331	1,5%	-6,3%
46	Türkiye	31.194	69.921	0,03%	124,1%
	Diğer	26.146.563	18.763.494	7,7%	-28,2%
	Toplam	256.775.557	242.742.215	100,0%	-5,5%

Kaynak: TradeMap, GTB

Tablo 4'e göre 2016 yılında Çin mobil telefon ihracatında ilk sırada yer alırken Türkiye 46. sırada yer almıştır. Küresel mobil telefon ihracatında ilk iki sırada yer alan Çin ve Vietnam toplam ihracattan %61 oranında pay almıştır.



Tablo 6: Ülkelere Göre Mobil Telefon İthalatı (\$)

Sıra	Ülke	2015	2016	2016 Pay	Değişim
1	ABD	53.048.519	50.163.957	19,6%	-5,4%
2	Hong Kong	35.327.927	34.491.305	13,5%	-2,4%
3	Hollanda	19.532.360	16.654.662	6,5%	-14,7%
4	Japonya	14.371.586	15.245.879	6,0%	6,1%
5	Almanya	11.543.759	11.883.665	4,7%	2,9%
6	Birleşik Krallık	10.089.746	9.169.128	3,6%	-9,1%
7	BAE	7.712.565	8.023.216	3,1%	4,0%
8	Fransa	5.876.173	6.151.534	2,4%	4,7%
9	Meksika	5.062.570	4.837.539	1,9%	-4,4%
10	Slovakya	4.491.485	4.670.266	1,8%	4,0%
22	Türkiye	3.139.193	3.059.751	1,2%	-2,5%
	Diğer	105.501.615	91.157.322	35,7%	-13,6%
	Toplam	275.697.498	255.508.224	100,0%	7,3%

Kaynak: TradeMap, GTB

Tablo 6'ya göre 2016 yılında ABD mobil telefon ithalatında ilk sırada yer alırken Türkiye 22. sırada yer almıştır. Küresel mobil telefon ithalatında ilk iki sırada yer alan ABD ve Hong Kong toplam ihracattan %33 oranında pay almıştır.





Tablo 7: Ülkelere göre Türkiye'den Mobil Telefon İhracatı (\$)

Ülke	2015	Pay	2016	Pay	Değişim
Vietnam	2.200	0,01%	18.871.596	27,0%	857700%
Hollanda	15.365.686	49,3%	16.418.350	23,5%	7%
Güney Kore	4.014.630	12,9%	14.794.812	21,2%	269%
BAE	1.302.207	4,2%	7.343.262	10,5%	464%
Çin	670	0,002%	4.858.178	6,9%	725001%
Tayvan	468.984	1,5%	1.457.835	2,1%	211%
Moldova		0,00%	1.008.304	1,4%	
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	408.291	1,31%	805.477	1,2%	97%
Gürcistan	3.248	0,01%	637.847	0,9%	19538%
Arnavutluk	323.000	1,04%	550.346	0,8%	70%
Diğer	9.305.053	29,8%	3.175.040	4,5%	-66%
Toplam	31.193.969	100,0%	69.921.047	100,0%	124%

Tablo 7'ye göre 2016 yılında mobil telefon sektöründe en çok ihracat yapılan ülke %27'lik pay ile Vietnam olmuştur. Söz konusu ülkeyi %23,5'lik payla Hollanda ve %21,2'lik pay ile Güney Kore izlemiştir. 2015 yılında mobil telefon sektöründe ilk 10 ülkeye yapılan ihracat toplam mobil telefon ihracatının %94,1'ini oluştururken 2016 yılına gelindiğinde bu oran %95,5'e yükselmiştir. 2015 yılında Hong Kong'a yapılan mobil telefon ihracatı 3,3 milyon dolar iken bu ihracat 2016 yılında 156 bin dolara gerilemiştir.



2016 yılında en çok ihracat yapılan ülke grubu %58,1'lik pay ile Diğer Asya ülkeleri olurken bu ülke grubunu %26'lık pay ile Avrupa Birliği-28 ülkeleri takip etmiştir. 2016 yılında Yakın ve Orta Doğu ülkelerine yapılan mobil telefon ihracatı %420 oranında artış gösterirken Avrupa Birliği ülkelerine yapılan ihracat ise %9 oranında azalış göstermiştir.

Mobil telefon sektörü ihracatında 2016 yılında en çok %98,1 payla "muafiyete tabi olmadan serbest dolaşım ile eş zamanlı yurtiçi kullanıma giren eşyanın kesin ihracatı" rejimi kapsamında ihracat gerçekleştirilmiştir. 2016 yılı mobil telefon ihracatının %1,4'ü ise "Daha önce bir rejime tabi tutulmamış eşyanın kesin ihracatı" rejimi kapsamında yapılmıştır. Ödeme şekillerinde %62,2'lik pay ile en çok peşin ödeme sistemi tercih edilmiş, bunu %34,2'lik pay ile mal mukabili ödeme ve %3,4'lük pay ile bedelsiz ödeme takip etmiştir.



Pazarda kullanılan İşletim Sistemleri;

Kantar Worldpanel'in yaptığı araştırmada rakamlar, büyük oranda Windows'un çöküşünden dolayı iOS ve Android'in AB5 genelinde kazançlar elde ettiğini gösteriyor.

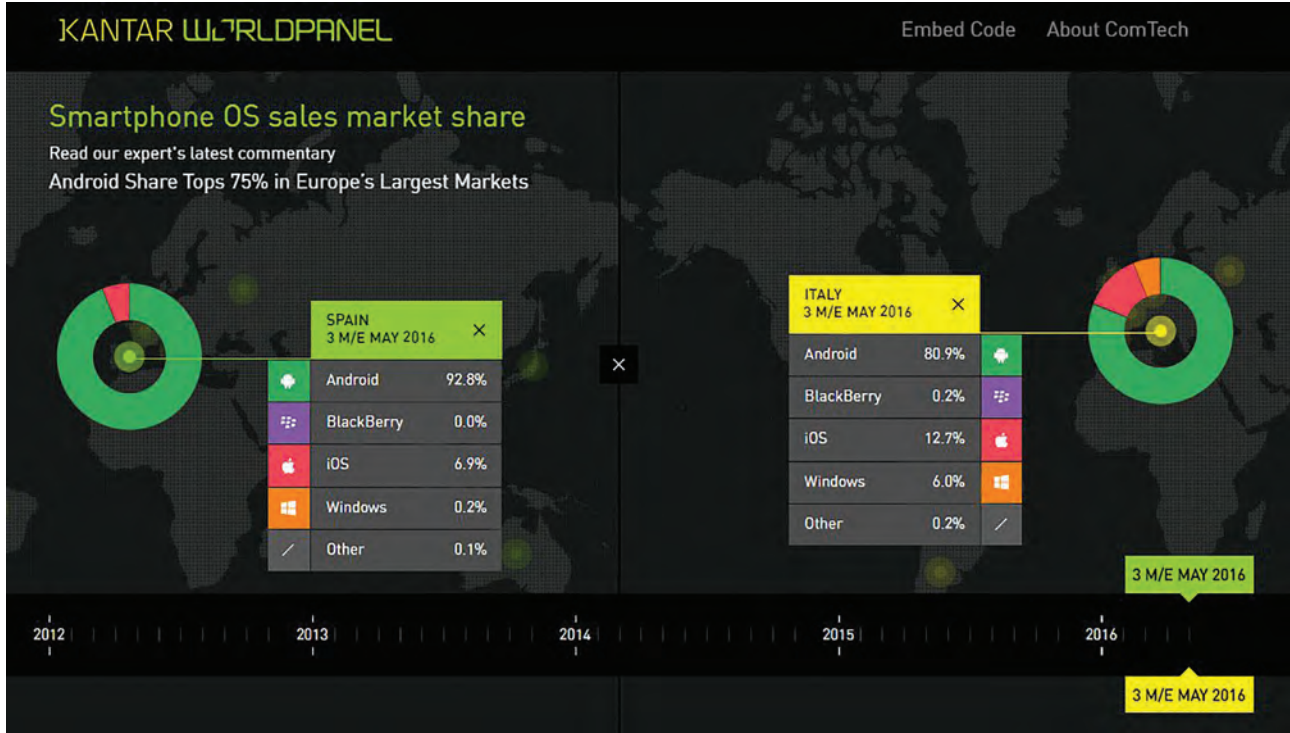
Şekil-5 Akıllı Telefon satışları

Smartphone OS Sales Share (%)

Germany	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change	USA	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change
Android	82.3	75.2	-7.1	Android	64.4	66.9	2.5
iOS	9.0	13.6	4.6	iOS	30.5	28.4	-2.1
Windows	6.9	10.5	3.6	Windows	3.5	3.5	0.0
Other	1.8	0.7	-1.1	Other	1.6	1.2	-0.4
GB	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change	China	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change
Android	59.3	54.1	-5.2	Android	83.7	78.1	-5.6
iOS	27.9	33.7	5.8	iOS	14.3	19.4	5.1
Windows	11.0	11.3	0.3	Windows	0.7	2.3	1.6
Other	1.8	0.9	-0.9	Other	1.3	0.2	-1.1
France	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change	Australia	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change
Android	76.2	71	-5.2	Android	64.3	53.1	-11.2
iOS	12.8	15.4	2.6	iOS	29.3	37.8	8.5
Windows	9.9	13.1	3.2	Windows	5.1	7.4	2.3
Other	1.1	0.5	-0.6	Other	1.3	1.7	0.4
Italy	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change	Japan	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change
Android	73	74.8	1.8	Android	70.4	64.5	-5.9
iOS	10.6	10.6	0.0	iOS	27.1	33.8	6.7
Windows	14.5	13.7	-0.8	Windows	0.6	0.3	-0.3
Other	1.9	0.9	-1.0	Other	0.8	1.9	1.1
Spain	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change	EU5	3 m/e Aug 14	3 m/e Aug 15	% pt. Change
Android	88.1	89.5	1.4	Android	75.5	72.2	-3.3
iOS	7.5	6.2	-1.3	iOS	13.7	16.2	2.4
Windows	4.2	3.9	-0.3	Windows	9.3	11.0	1.6
Other	0.2	0.4	0.2	Other	1.5	0.7	-0.8

Kaynak: www.kantarworldpanel.com/global

Rapora göre Avrupa iPhone cihazlarına daha ilgi gösterdiği ve Android'in Çin'de konumunu güçlendirdiği yönünde görüşler bulunuyor.



Kaynak: www.kantarworldpanel.com/global

ABD, İngiltere, Fransa ve Japonya'da Android cihazlarının düşüşü gözlemlenmektedir. iOS ise iPhone 7 ile birlikte piyasada yükselmeye devam etmektedir.

ABD iPhone 7'de, iPhone 7 Plus ve iPhone 6S'de % 31,3'lük bir paya sahip en popüler üç cihaz oldu. Ardından Samsung Galaxy S7 ve S7 EDGE sırasıyla dördüncü ve beşinci sırada. Akıllı telefon satışlarının % 28,9'u ile gerçekleşti. Google Pixel, aynı dönemde satışların % 1,3'ünü gerçekleştirmiş oldu. Diğer taraftan, Çin, Huawei'nin satışlarının dörtte birine sahipken % 7.2 puanlık bir artışla % 79.9'a yükseldiği görülüyor. Oppo, % 12.9 ile güçlü bir büyüme kaydetti ve Huawei'nin 2015 yılında hem Apple'ı hem de Xiaomi'yi geçmesiyle pazarın ilk potansiyel değişimini işaret etti. iPhone 7, Çin'de % 6.6 ile en çok satan cihaz oldu.

Sonuç olarak Android telefon satışlarının %72,4 ile Avrupa piyasasında yüksek bir orana sahip. iOS %24,6 ile ikinci sırada yer alıyor. Bu iki platformun arasında Windows Mobile %2,8 rakamına erişebilmiş durumdadır.





ANDORİD SİSTEM



Güçlü Yönler

- › Ucuz olması
- › Uygulama fazlalığı
- › Daha fazla çeşitlilik
- › Açık kaynak kod



Fırsatlar

- › Hızlı pazar büyümesi
- › Kolay uygulama geliştirilebilmesi
- › Ucuz olması ve fakir ülkelerde tercih edilebilmesi



Tehditler

- › iOS, Windows Phone işletim sistemleri
- › Uygulamaların kaçak indirilebilmesi



Zayıf Yönler

- › Virüslere karşı az koruma
- › Stabilité sorunları

Yukarıdaki rakamlar doğrultusunda Andorid işletim sistemine sahip telefon sektörünün hızla büyüdüğü görülmektedir.



// Cep Telefonu Şarj Aleti Pazarın Büyüklüğü

Akıllı telefon kullanıcılarının sayısının artması, şarj cihazları için tutarlı hükümet politikaları, artan harcanabilir gelir nedeniyle mobil şarj cihazı piyasası hızla büyümektedir. Mobil şarj cihazı, elektronik araçların daha fazla benimsenmesi nedeniyle dünya genelinde en çok kullanılan cihazlardan biridir.

Pilleri daha hızlı şarj eden cep telefonları, tabletler, kameralar, dizüstü bilgisayarlar, başlıklar ve benzerleri gibi elektronik aygıtlar / cihazlar, yakın gelecekte mobil şarj cihazları için önemli bir talep yaratacaktır. Mobil şarj piyasasının büyümesine önemli katkı sağlayan önemli oyuncular için ürün portföyleri geliştirmek önemlidir.

Bölgesel olarak, mobil şarj piyasası Kuzey Amerika'ya konumlanmakta; Latin Amerika; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika (EMEA); ve Asya Pasifik (APAC). Mobil şarj piyasasının önemli bir pazarı olarak konumlanmaktadır.

Artan sayıda akıllı telefon kullanıcısı, elektronik cihazların ve giyilebilir cihazların benimsenmesinin ve uyumlu hükümet politikalarının artması nedeniyle, Kuzey Amerika, şarj cihazı piyasasına hakimdir. Bu bölgedeki akıllı telefonların artan şekilde benimsenmesi, büyük bir mobil müşteri tabanının varlığı ve bölgedeki artan harcanabilir gelir nedeniyle, APAC bölgesi, tahminlere göre en yüksek cep telefonu aksesuarları satışı ile büyüyecektir.



Hindistan, Çin, Japonya ve Kore'nin, bu bölgedeki mobil şarj piyasasının büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunacağı tahmin edilmektedir. Pazar analizine dahil olan başlıca ülkeler esas olarak üretilen, Global ve bölgesel pazarlara yönelik satış verileri, istatistiksel analizlere dayalı mevcut ve öngörülen değerler belirtilmiştir.

Küresel mobil şarj cihazı pazarı, cep telefonları, teknolojik ilerlemeler, elektrikli araç satışlarının artırılması ve benzerlerinin artması nedeniyle hissedarlar (üreticiler, tedarikçiler, dağıtımıcılar, orijinal ekipman üreticileri ve diğer endüstri oyuncuları gibi) için geniş bir fırsat yaratıyor.

Küresel mobil şarj cihazı piyasası önemli ölçüde artmıştır ve 2016 yılından başlayarak 2022'ye kadar (2017-2022) döneminde artması beklenmektedir. Bunun temel nedeni ise Cep telefonu satışlarının artması, elektronik araçların satışlarının artması ve yeni teknolojilerin gelişimi, pazar büyümesini yönlendiren başlıca faktörler olarak kabul edilmektedir.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne göre, AB ve ABD dahil olmak üzere bazı gelişmiş ekonomilerin cep telefonu penetrasyon oranı, bir veya daha fazla cihazın tek bir kullanıcı tarafından benimsenmesi nedeniyle artışlar olmakta, bu kadar yüksek penetrasyon oranı, mobil cihaz şarj cihazlarına olan ihtiyacı daha da artırmaktadır.

Çok sayıda uygulamaya ek olarak, yüksek kaliteli telefonların daha düşük pil kapasitesi bu pazar için başka bir önemli etkidir. Örneğin, Apple akıllı telefonun daha düşük pil kapasitesi, telefon kullanıcılarının ekstra güç bankasına sahip olmalarını ve böylece pazarın büyümesine katkıda bulunmalarını gerektirerek pillerin hızlı bitmesine neden olarak insanların birden fazla şarj aleti almasına yöneltmektedir.

Mobil şarj cihazı, mobil cihazlar, tabletler, taşınabilir iş istasyonları ve seyahat ederken, takip ederken ve kamp yaparken, diğer faaliyetlerin yanı sıra, çeşitli elektronik cihazların kullanıcıları için önemli bir araçtır. Büyüyen şehirleşme, tek kullanımlık gelir artışı ve artan mobil telefon penetrasyonu Mobil şarj piyasasını dünya artırdığı gibi ülkemizde de çok hızlı bir artış gerçekleştirmiştir.

Pilleri daha hızlı şarj eden yüksek özellikli elektronik cihazların / cihazların penetrasyonunun artması, yakın zamanda mobil şarj piyasasını daha da artıracaktır. Güneş enerjisine doğru yönelimin, güneş mobil şarj piyasasını sürmesi bekleniyor. Geliştirilmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde güneş şarj cihazlarının uygun olması nedeniyle kabul edilmesi öngörülmektedir. Hükümet düzenlemeleri, elektronik cihazlar ve akıllı telefonlar için mobil şarj cihazları ve diğer faktörler için talebi artıracaktır.

Ultra taşınabilir, cep boyutunda, büyük ve güçlü mobil şarj cihazları da dahil olmak üzere, piyasada bulunan çeşitli tipte mobil şarj cihazları bulunmaktadır, bunlar arasında kamp gezileri, fotoğraf çekimleri, küçük üretim birimleri, dronlar, veya elektriğin az olduğu alanlarda uygulamalar. Mobil şarj cihazları, önemli faydaları, çevre dostu özellikleri ve temiz enerji konseptleri nedeniyle geleneksel şarj cihazlarına kıyasla alternatif ve verimli bir şarj yöntemi olarak ortaya çıkmıştır.

Dünyadaki ekonomik büyümedeki yavaşlama ile birlikte, Cep Telefonu Şarj Cihazı endüstrisinin de belirli bir etkisi oldu, ancak hala nispeten iyimser bir büyüme sağladı. Son dört yıldır, Cep Telefonu Şarj Cihazı pazar büyüklüğü, 2013 yılında 5010 milyon \$ 'dan % 3.55' lik ortalama yıllık büyüme oranını 2016 yılında 5560 milyon \$ 'a yükseltmiştir.





Pazar araştırma kuruluşu IDC'nin verilerine göre bu yılın üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre dünya genelinde toplam 22.6 milyon daha az telefon satıldı.



Analistler, önümüzdeki birkaç yıl içinde Cep Telefonu Şarj Cihazı pazar büyüklüğünün daha da genişleyeceğine inanmaktadır. 2021 yılına kadar, Cep Telefonu Şarj Cihazının pazar büyüklüğünün 6180 milyon \$ 'a ulaşmasını bekliyoruz.

Strategy Analytics göre; Küresel akıllı telefon satışlarındaki düşüş 2018 yılının üçüncü çeyreğinde de devam etti. Bu yılın üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6 gerileyen satışlar, 377.8 milyondan 355.2 milyona düştü. 2017 yılında başlayan daralma bir çeyreği de geride bırakırken, akıllı telefon pazarındaki daralmanın art arda dört çeyrektir devam ettiği de gözler önüne serildi.

Pazar araştırma kuruluşu IDC'nin verilerine göre bu yılın üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre dünya genelinde toplam 22.6 milyon daha az telefon satıldı.

Geçen yılın üçüncü çeyreğinde dünya genelinde günde ortalama 4.2 milyon akıllı telefon satılırken, bu rakam bu yılın aynı döneminde 3.9 milyona geriledi.

Üstelik bu dönemde Apple ve Samsung'tan iPhone Xs, iPhone Xs Max ve Samsung Galaxy Note 9 gibi yeni amiral gemileri de pazara sunuldu. Ancak bu yeni modeller de pazarı büyültmeye yetmedi.

Toplam satışları yüzde 13.4 düşmesine karşın Samsung pazardaki liderliği korurken, Güney Koreli şirketin akıllı telefonlardaki pazar payı yüzde 22.1'den yüzde 20.3'e geriledi. 2018 yılının ikinci çeyreğinde Apple'ı ikincilikten eden Huawei, büyümesini geçen çeyrekte sürdürdü.

Çin merkezli Huawei yıllık bazda satışlarını yüzde 33'e yakın artırmayı başardı. Bu yılın üçüncü çeyreğinde Huawei'in küresel pazardaki payı yüzde 14.6'ya çıkarken, iPhone satışlarında yavaşlamanın etkisiyle Apple'ın pazar payı yüzde 13.2'de kaldı.

Akıllı telefon pazarının Çin merkezli bir diğer önemli oyuncusu Xiaomi de son bir yılda satışlarını yüzde 21.2 artırdı ve global pazardaki payını yüzde 9.7 seviyesine çıkardı.

Küresel akıllı telefon pazarında Çinli bir diğer üretici Oppo da yüzde 8.4'lük paya ulaştı. Böylece akıllı telefon pazarının en büyük 5 oyuncusunun 3'ü Çin'den çıkmış oldu.

Strategy Analytics 'in ikinci çeyrek verilerine baktığımızda en çok akıllı telefon satan markalar küresel akıllı telefon pazarındaki son tablo şöyle:

Tablo 8: Akıllı Telefon Pazarı

Şirket	Satış Adedi (2018-3Ç, Milyon)	Pazar Payı (2018-3Ç)	Satış Adedi (2017-3Ç, Milyon)	Pazar Payı (2017-3Ç)	Yıllık Değişim
Samsung	72.2	20.30%	83.3	22.10%	-13.40%
Huawei	52	14.60%	39.1	10.40%	32.90%
Apple	46.9	13.20%	46.7	12.40%	0.50%
Xiaomi	34.3	9.70%	28.3	7.50%	21.20%
OPPO	29.9	8.40%	30.6	8.10%	-2.10%
Diğerleri	119.9	33.80%	149.8	39.60%	-19.90%
Toplam	355.2	100.00%	377.8	100.00%	-6.00%

Küresel akıllı telefon satışlarında art arda dört çeyrektir yaşanan düşüşler, pazarın geleceğine yönelik soru işaretlerini de beraberinde getirirken, pazardaki bu son çeyrekteki daralmayı büyük oranda Samsung'un satışlarındaki gerileme ve Çin pazarındaki küçülme etkiledi.

Analistler her ne kadar tahmin yürütmekte zorlansa da küresel akıllı telefon satışlarının 2019 yılı ve 5G teknolojisinin hayata geçmesiyle birlikte pazara sunulacak yeni telefonlarla gelecek yıl tekrar artmaya başlayacağını öngörüyor.

Hemen aşağıda, yılın ilk çeyreğinde satılan cihazların hangi işletim sistemlerini kullandıklarını görmekteyiz;

Tablo 9: İşletim Sistemleri (1000 adet)

İşletim Sistemi	1Q18 Birim	1Q18 Pazar Yüzdesi %	1Q17 Birim	1Q17 Pazar Yüzdesi %
Android	329.313	85,9	325.900	86,1
IOS	54.058	14,1	51.992	13,7
Diğer Sistemler	131	0	607	0,2
Toplam	383.503	100	378.500	100

Kaynak: Gartner, Mayıs 2018.

Rekabet konusunda Android, birden fazla üreticinin elinde olduğu için yine lider konumda. Hemen ardından da Apple iOS ile birlikte geliyor. Toplamda üretilen 383 milyondan fazla cihazın 329 milyonu Android bantlarından çıkmış durumda. Apple'ın iPhone üretim miktarı da iOS oranıyla açığa çıkıyor.

Diğer işletim sistemine sahip cihazların 131 milyon adet üretildiğini görülmektedir. Bunlar içinde Nokia'nın Symbian'ı gibi düşük özelliklere sahip telefonlar da bulunmaktadır. Bu telefonlar Asya'da hala yaygın bir şekilde kullanılıyor.

Listede Samsung ve Apple'ın ardından gelen Huawei, Xiaomi ve Oppo sırasıyla; %10.5, %7.4 ve %7.3'lük pazar paylarına sahipler. Bu rekabetteki en hızlı yükseliş ise Xiaomi'ye ait. Zira firma geçtiğimiz yıl %3.4 olan pazar payını %7.4'e kadar yükseltmeyi başardı. Bu yükseliş, yılın en hızlı yükselişi olarak kayıtlara geçti.

Yukarıdaki listedeki ilk 5 şirketin toplam pazar payları ise %60'a denk geliyor. Geriye kalan kısım da irili ufaklı alternatif üreticilere aittir.

Uluslararası standart sanayi sınıflamasına (ISIC, Rev.3) göre 32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları-Manufacture of radio, television and communication equipment and apparatus) sınıfının 2016 yılı toplam ithalatına oranı % 5,45 (10.824.987.000 USD) ve bu rakamın içindeki akıllı telefonların tutarının yaklaşık 3,06 Milyar USD 'dir. Bu tutarın karşılığı olarak, Türkiye'ye giren akıllı cihaz sayısının 13,4 Milyon adet olduğu ve Türkiye'de ortalama 40 milyon akıllı telefonun kullanımda olduğu düşünülürse, her kullanıcının 3 yılda 1 telefon değiştirdiği gerçeğine ulaşılır. Cihaz üreticilerinin özellikle yazılım güncelleme yolu ile eski cihazları kullanılmaz duruma sokması ve dahi her yeni çıkan uygulamanın, en son yazılım ile oluşturulması, kullanıcının eski cihazı yeni cihaz ile değiştirmesinin bir "mecburiyet" haline dönüştürülmesi yöntemi sonucunda, 13 milyon cihaz (sadece Türkiye için) ihtiyacı doğmaktadır. Türkiye'de satılan telefon markalarına ve miktarlarına gelince;

Tablo 10: 2017 yıl sonu satış rakamları

Marka	Aylık Satış Adedi	Yıllık Satış Adedi
Samsung	420.500	5.046.000
Iphone	207.500	2.490.000
General Mobile	35.800	429.600
Huawei	25.000	300.000
Vestel	26.500	318.000
Lenova	22.500	270.000
Casper	7.500	90.000

<http://www.hurriyet.com.tr/galeri-turkiyede-en-cok-satilan-akilli-telefonlar-40594579?p=32>

Ayrıca GfK'ın yaptığı tüketici araştırmaları sonucunda Türkiye'de akıllı telefon alan tüketici aldığı telefon için 3 yılda 2 defa şarj için adaptör almakta ve 6 defa da USB kablosu yenilemektedir.

Bu veriler ışığında Türkiye'de 2017 yılı itibarıyla yaşayan 80 milyon 810 bin 525 kişi bulunmaktadır. Ve bu sayının 59 milyonu cep telefonu kullanmaktadır. Bu rakamın 10 milyonu normal cep telefonu kullanmaktadırlar.



İthal edilen taşınabilir şarj cihazlarının ortalama ithalat birim fiyatı yaklaşık 20 TL olarak karşımıza çıkıyor. Bugün bir orta büyüklükte bir taşınabilir şarj cihazı almak istediğimizde ortalama 25-100 TL gibi bir fiyat ile karşılaşyoruz. Ortalama ithal fiyat baz alındığında 35 TL kâr elde ediliyor. Bununla beraber powerbank alımı ile birlikte en çok satışı yapılan ürün USB kablosu. Telefonda olduğu gibi tüketici yılda en az bir defa da bu kabloyu yenilemektedir.



Ayrıca; Türkiye mobil işletim sistemi kullanım oranları (Şubat 2018); Android: %78.65 iOS: %2.12 Windows: %0.34 Samsung: %0.45 Series40: %0.18 Symbian:%0.1 Diğer:%0.04, Kaynak: <http://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile-tablet/turkey>

49 milyon kullanıcı akıllı telefon kullanmakta olup bu kullanıcıların 38.538.500'u Android sistem 9.858.844 iOS sistemi kalan 602.656 kişi Windows gibi sistemleri kullanmaktadır. Kullanıcılar 3 yılda bir telefon değiştirdiğinde 12.846.167 android sisteme, 3.286.281 iOS sisteme sahip telefon telefonun bu yıl alınacağını, 38.538.500 android kullanıcı iki yılda bir telefon şarj aleti yeniliyorsa 19.296.250'unun ve 4.929.422 iOS sistemi kullanıcısının toplamda 24.225.672 adet şarj aletini yenileyeceğini ve android sistemde 77.077.000 adet ve iOS sistemde 19.717.688 adet toplamda piyasa da 96.794.688 adet USB kablo alımının yapılacağı ön görülmektedir.

Ayrıca Powerbank pazarında Araştırma şirketi Visiongain'in raporuna göre taşınabilir şarj cihazlarının dünya pazarındaki büyüklüğü 2017'de 15,1 milyar dolar olarak belirlendi. Rakamlara göre, Türkiye'nin taşınabilir şarj cihazı pazarı büyüklüğünün dünyanın yüzde 4'ü kadar olduğu görülüyor. 5 yıl içinde yüzde 20'den fazla büyümesi beklenen küresel pazarın, 2022 yılında toplam büyüklüğünün 29,5 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. TÜİK'in rakamlarına göre geçtiğimiz yıl ithal edilen telefon sayısının bir buçuk kat fazlası kadar taşınabilir şarj cihazı ithal edildi. 2017'de 19,3 milyon adet taşınabilir şarj cihazı ithalatı gerçekleşti ve toplam 75,9 milyon dolar harcama yapıldı.

İthal edilen taşınabilir şarj cihazlarının ortalama ithalat birim fiyatı yaklaşık 20 TL olarak karşımıza çıkıyor. Bugün bir orta büyüklükte bir taşınabilir şarj cihazı almak istediğimizde ortalama 25-100 TL gibi bir fiyat ile karşılaşyoruz. Ortalama ithal fiyat baz alındığında 35 TL kâr elde ediliyor. Bununla beraber powerbank alımı ile birlikte en çok satışı yapılan ürün USB kablosu. Telefonda olduğu gibi tüketici yılda en az bir defa da bu kabloyu yenilemektedir.



Türkiye’de Casper, Vestel ve General Mobile yerli cep telefonu üretimi yapan firmalardır. Firmalar her geçen gün alt yapılarını güçlendirerek (yukarıdaki satış rakamları baz alındığında) iç pazarda %10 ‘luk bir paya sahiptirler. Firmalar sadece iç pazarda değil dış pazarda da söz sahibi olmaktadır.

Vestel ; “Vestel, Manisa’daki üretim üssü Vestel City, yıllık 30 milyon adet cihaz üretme kapasitesi ve 16 bin çalışanıyla bugün sadece Türkiye’nin değil, dünyanın en büyük endüstri komplekslerinden birisine sahiptir. Vestel, 2,5 milyar dolarlık ihracat cirosuyla Türkiye’nin ihracat lideri olmayı da sürdürmektedir.

General Mobile ; General Mobile’ın 2017 toplam cirosu yaklaşık 500 milyon TL oldu. İhracatını bir önceki yıla göre beş kat artıran kuruluş, 2017 cirosunun yüzde 10’unu 31 ülkedeki ihracatıyla gerçekleştirdi. Satış adetleri bazında Hollanda’nın 4. akıllı telefon markası ve Özbekistan, Gürcistan, Hırvatistan, Azerbaycan ve Belarus’da ilk 5 markadan birisi olmayı başardı. 2017’de 100 bin adet ihracat yapan General Mobile, 2018’de yurtdışında 800 bin telefon satarak, 300 Milyon TL tutarında ihracat gerçekleştirmeyi hedeflemektedir.



// Üretim

Cep Telefonu şarj aleti USB kablo ve adaptörden oluşmaktadır.

USB kablunun evrensel olarak çok farklı türleri vardır. Her biri farklı işlevleri, özellikle de uyumluluğu korumak ve yeni cihazları desteklemek için hizmet etmektedir.

// USB kablo tipleri

Type-A: Hemen hemen her USB kablosunun bir ucunda bulduğunuz standart düz, dikdörtgen arabirim. Çoğu bilgisayarın çevre birimleri bağlamak için birden fazla USB-A bağlantı noktası vardır. Onları oyun konsolları, TV'ler ve diğer cihazlarda da bulabilirsiniz. Bu kablo sadece bir şekilde takılır.

Type-B: Genellikle bilgisayara bağlanan yazıcılar ve diğer güç kaynakları aygıtları için kullanılan neredeyse kare bir konektör. Bu günlerde pek yaygın değildir çünkü çoğu cihaz daha küçük bir bağlantıya geçti.

Mini-USB: Mikro USB'den önce mobil cihazlar için standart olan daha küçük bir konektör tipi. Bugün ortak olmasa da, bazı kameralarda, PlayStation 3 kontrol cihazlarında, MP3 çalarlarda ve benzerlerinde kullanılmaktadır.

Mikro-USB: Mini-USB'den bile daha küçük olan mobil ve taşınabilir cihazlar için geçerli standart (yavaş yavaş popüleritesinde düşüş olsa da). Her tür akıllı telefon, tablet, USB pil paketi ve oyun kontrol cihazında hala mikro USB bulunurken, bazıları USB-C'ye taşındı.

Şekil-6 USB Kablo çeşitleri



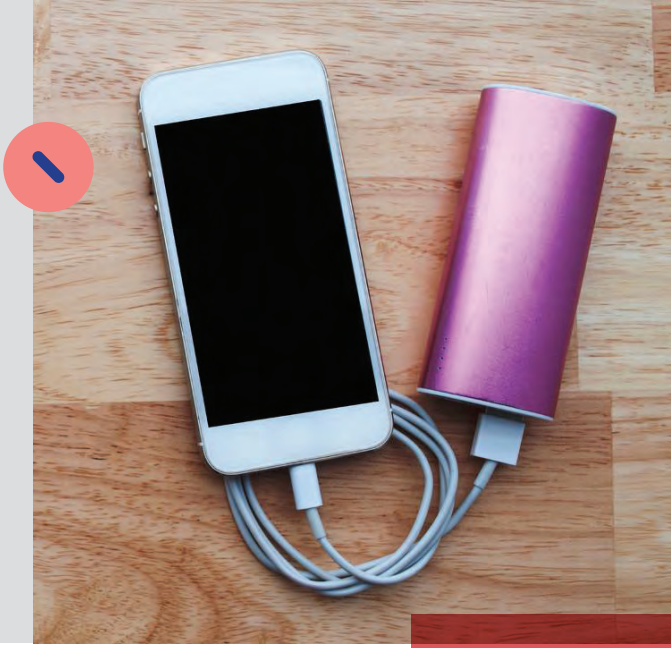


Type-C: En yeni USB standardı olan bu, daha yüksek aktarım hızları ve önceki USB türlerinden daha fazla güç vaat eden geri dönüşümlü bir kablodur. Aynı zamanda birden fazla işleve de sahiptir. MacBook, Pixel telefonlar ve Nintendo Switch Pro Controller gibi birçok yeni dizüstü bilgisayar ve akıllı telefonda kullanılmaktadır.

Lightning: Bu gerçek bir USB standardı değil, Apple'ın iPhone, iPad, AirPods'lar ve daha fazlası için özel bir konektör. Bu, USB-C'ye benzer bir boyuttur ve Eylül 2012'den beri piyasaya sunulan Apple cihazlarında standart olarak sunulur. Daha eski Apple cihazları, daha büyük 30 pinli özel konektörü kullanır.

Çoğu durumda, USB kablolarının bir standart A tipi uç ve bir tür B tipi sonu vardır. Tip-B ucu cihazı alırken, A tipi uç güç verir. Bu, örneğin iki bilgisayarın USB-A ile bağlanmasıyla oluşabilecek olası hasarı önlemek içindir. Mini ve Mikro konektörler, "B tipi" genellikle kendi isminde olmamasına rağmen, daha küçük B tipi tipler olarak kabul edilir. Genel olarak, en çok kullanacağınız ve dolayısıyla değiştirmeniz gereken kablolar, mikro USB, USB-C ve Lightning'dir.





// USB Hız Standartları

USB bağlantı türleri, teknik anlamda sadece yarısıdır, çünkü USB aynı zamanda çeşitli veri aktarım hızları standartlarından geçmiştir. Kablonun konektörü mutlaka belirli bir standart kullandığı anlamına gelmez.

USB'nin hızının üç ana sınıfı vardır:

USB 1.x orijinal standarttı ve modern benchmarklarla eskiydi. Bu standardı şu anda kullanan cihazları bulmak çok olası değil.

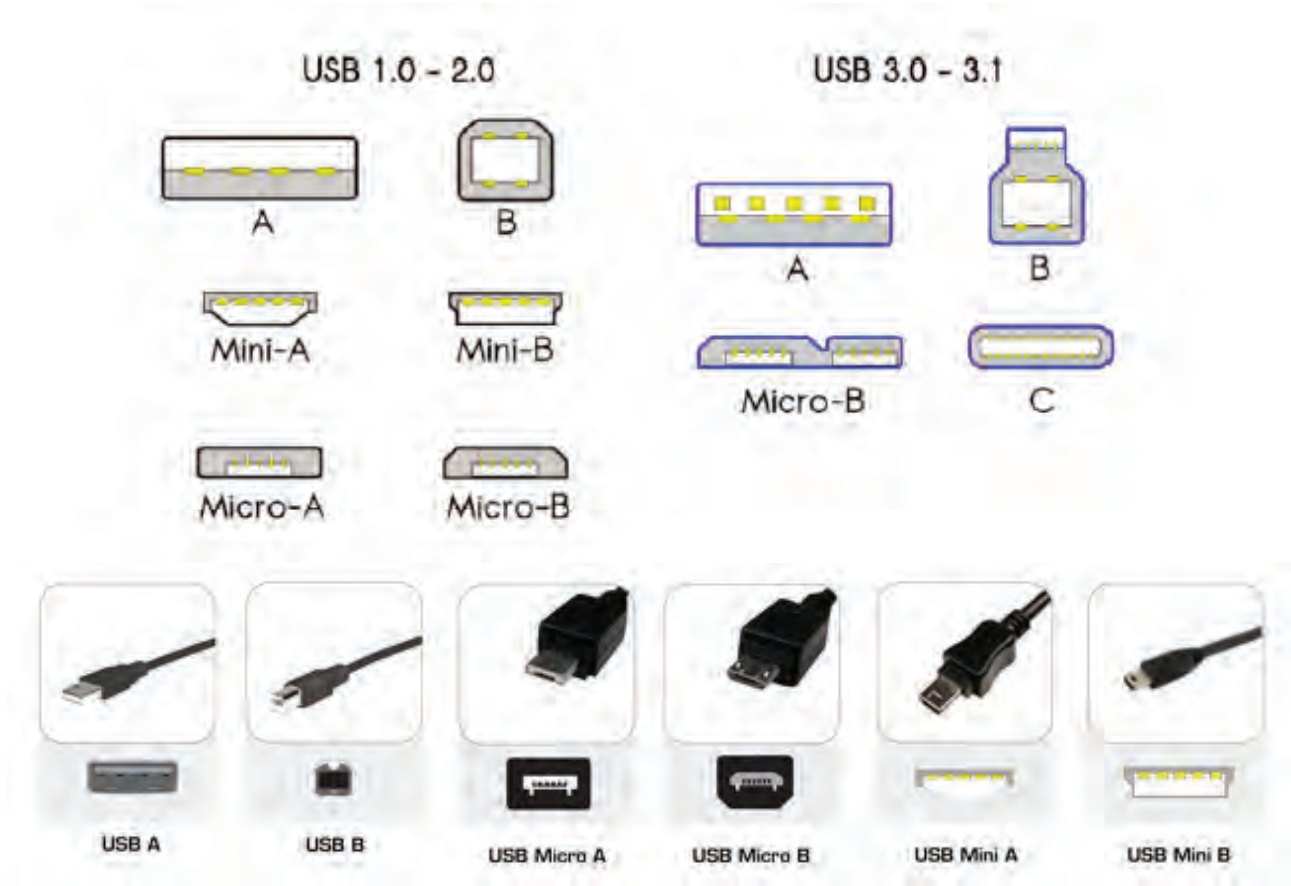
USB 2.0, Mini ve Mikro kablolar, USB OTG (aşağıya bakın) ve daha fazlası için destek dahil olmak üzere birçok modern USB normunu tanıttı. Bugün hala kullanılan USB'nin en düşük hızı. Ucuz flash sürücülerinde, fare ve klavye gibi cihazlarda ve benzerlerinde kullanılır. Çoğu bilgisayarda birkaç USB 2.0 bağlantı noktası bulunur.

USB 3.x USB hızları için geçerli standarttır. USB 2.0'dan çok daha hızlıdır ve bu nedenle harici sabit sürücüler gibi cihazlar için önerilir. Normalde bir USB 3.x portunu veya konektörünü mavi renklendirmesiyle tanımlayabilirsiniz. Birçok USB 3.0 bağlantı noktası da bir SS sembolüne sahiptir (Süper Hız anlamına gelir). Çoğu yeni bilgisayarın en az bir USB 3 bağlantı noktası vardır ve iyi kalitede flash sürücüler bu standardı kullanır.

USB 2.0 bağlantı noktasında bir USB 2.0 aygıtı veya USB 2.0 bağlantı noktasında bir USB 3 aygıtı kullanabilirsiniz, ancak her iki kurulum da ekstra hız avantajı sağlamaz.

Aşağıdaki grafik hangi bağlayıcı türlerinin hangi standartlarla uyumlu olduğunu göstermektedir. USB 3.x'i destekleyen mikro-USB cihazların farklı bir fişi olduğuna dikkat edin. Bunu sık sık harici sabit disklerde görürsünüz.

Şekil-7 USB uç çeşitleri



// USB-C Nedir?

USB-C, çok fazla vaat veren yeni bir standarttır. Daha küçük, geri dönüşümlü ve hızlı. USB-C, önceki USB sürümlerinden daha fazla güç alabilir ve sağlayabilir. Aslında, Apple'ın MacBook serisinde yalnızca birkaç adet C portu bulunan yeni MacBook Pro'larla birlikte tek bir USB-C portu vardır.

Veri aktarımının yanı sıra, USB-C ayrıca cihazları, çıkış ekranını bir monitöre ve daha fazlasına güç sağlayabilir. USB-A'nın aksine, her iki uçtaki USB-C konektörlü kablolar standarttır ve güçlerinin tam olarak kullanılmasına izin verir. Bununla birlikte, USB-C'den USB-A kablolarına da yaygındır ve eski cihazlarla uyumluluk sağlar.

Telefonunuz veya tabletiniz mikro USB yerine USB-C kullanabilir. Bazı dizüstü bilgisayarlar ve tabletler bir USB-C portuna sahiptir; Nintendo Anahtarı da bunu güç için kullanır. USB-C henüz her yerde kullanılmadığından, geçişi kolaylaştırmak için USB-C'den USB-A'ya adaptörler satın almanız gerekebilir.

Her akıllı telefonun bir bataryası vardır ve her batarya aynı şekilde az çok güç sağlar.

İki elektroddan (bir pozitif ve bir negatif) oluşan ve bileşikleri yeni maddelere dönüştüren bir elektrolit kataliz reaksiyonundan oluşan hücreler. Zamanla, iyonlar - çok az veya çok fazla elektronlu atomlar - elektrotlarda oluşur, pilin negatif dış terminaline bir elektron akışı getirir ve telefonunuzu elektrik yüküyle besler.

Yenilemeyen akülerde, bu kimyasal reaksiyonlar sadece bir kez gerçekleşir. Ancak, akıllı telefonlara güç veren şarj edilebilir lityum-iyon bataryalarda, reaksiyonlar “tersine çevrilebilir”. Akü boşaldığında, kimyasal reaksiyon elektrik üretir ve batarya yeniden şarj edildiğinde, kimyasal reaksiyonlar gücü emer.

Akıllı telefon bataryaları, bir akım onlara geçtiğinde şarj olur. Daha yüksek akım ve daha yüksek voltajlar pilleri daha hızlı şarj eder, ancak alabilecekleri bir sınır vardır. Şarj regülatörü (IC), akımdaki tehlikeli ani yükselmelere karşı koruma sağlar.

Kontrolör çipi, elektriğin aküsüne giren ve çıkan genel akışını düzenler. Genel olarak, lityum-iyon kontrolörleri, bataryanın hücre akımını ve voltajını ölçerek ve ardından akan akımı ayarlayarak akünün şarj ettiği akımı (amper cinsinden) tanımlar. Bazıları giriş voltajını değiştirmek için bir DC - DC dönüştürücü kullanır ve meraklısı Entegre devreler, akım akışını yukarı veya aşağı doğru rampa etmek için şarj cihazı girişi ve akü terminali arasındaki direnci ayarlar.

// USB şarj standartları

USB şarj standartları genel olarak volt, akım ve güç değerleri incelendiğinde aşağıdaki tablodaki gibi veriler oluşmaktadır.

Tablo-11 USB şarj Standartları

	Volt	Akım	Max Güç
USB 1.0	5V	0.5A	2.5W
USB 2.0	5V	0.5A	2.5W
USB 3.0	5V	0.5A/0.9A	4.5W
USB 3.1 (USB-C + USB-PD)	5-20V	0.5A/0.9A/1.5A/3A/5A	100W

Akıllı telefonunuz USB kablosu ile şarj olur. Gerçekten iyi bir neden var: USB kablolarının bu günlerde göreceli olarak nispeten kolay olmasının yanı sıra, USB'nin USB Güç Dağıtım Özelliği olarak adlandırılan gerçekten sağlam ve iyi tanımlanmış bir şarj standardı var.

USB Uygulamacıları Forumu, her biri karşılık gelen USB belirtimi için bir tane olmak üzere toplam dört türü belirtir: USB 1.0, 2.0, 3.0 ve 3.1.

Tipik bir USB 1.0 ve 2.0 fişi 5V / 0.5A'ya (2.5W) kadar teslim edebilir.

Şekil-8 USB belirtileri



Bu, tipik bir telefonun şarj oranıdır ve çok fazla güce sahip değildir. USB üzerinden 2A şarj eden bir iPhone $5V \times 2A = 10W$ kullanır. Karşılaştırma ile ortalama akkor ampul, yaklaşık 40W güç çekiyor.

Varsayılan olarak, USB 3.0 bağlantı noktaları 5V / 0.9A (4.5W) düğmesine basar.

Daha yeni akıllı telefonlardaki oval şekilli geri dönüşümlü fiş olan USB-C, tamamen farklıdır. Teknik olarak USB 2.0 özelliklerini taşıyabiliyor, ancak çoğu üretici potansiyel olarak daha yüksek bir voltaj sağlayabilen USB 3.1'i tercih ediyor.

Birçok USB 3.1 aygıtı, 20V / 5A (100W) maksimum güç çıkışına sahip olan USB Güç Dağıtımı (USB-PD) özelliklerinden yararlanır. Akıllı telefonlar genellikle bu kadar fazla güç çekmez - üreticiler genellikle düşük amperajlarla (3A gibi) çalarlar, ancak MacBook Pro ve Google Chromebook Pixel gibi USB-C dizüstü bilgisayarlar için kullanılmaktadır.



Akıllı telefonunuz USB kablosu ile şarj olur. Gerçekten iyi bir neden var: USB kablolarının bu günlerde göreceli olarak nispeten kolay olmasının yanı sıra, USB'nin USB Güç Dağıtımı Özelliği olarak adlandırılan gerçekten sağlam ve iyi tanımlanmış bir şarj standardı var.

Hafifçe karmaşıklaşan şeyler, özellikle şarj etmek için bir USB portundan çekilen güç ile ilgilenen konu Pil Şarjı Spesifikasyonudur. En yeni teknik özellik olan Rev 1.2, üç farklı güç kaynağını tanımlar: Standart aşağı port (SDP), aşağı akış portu (CDP) ve özel şarj portu (DCP). CDP, modern akıllı telefonlar, dizüstü bilgisayarlar ve diğer donanımlardaki özellikler, 1,5A'ya kadar tedarik edebilir.

Tamamen uyumlu akıllı telefonlar ve şarj cihazları, USB 2.0 ve BC1.2'nin sınırlarına uygundur ancak tüm telefonlar ve şarj cihazları uyumlu değildir. Bu nedenle, genel olarak konuşmak gerekirse, akıllı telefonlar her zaman en düşük şarj hızına göre varsayılan değerlerdir.

USB özellikleri, yine de, dictum'dan daha çok kılavuz gibidir. Qualcomm'un Hızlı Şarj ve Samsung'un Adaptif Hızlı Şarj gibi hızlı şarj standartları, USB özelliklerinin voltaj parametrelerini aşar, ancak bu nedenle, telefonunuz saatlerce değil, dakikalar içinde yeniden şarj edilebilir.

// Apple şarj sistemi

Apple iPhone XS, iPhone XS Max, iPhone XR, iPhone X, iPhone 8 ve iPhone 8 Plus, iPad Pro, 12 inç MacBook, Google'ın Chromebook Pixel ve Lenovo'nun X1'i tarafından kullanılan aynı endüstri standardı olan USB-PD'yi kullanıyor Karbon. Uyumluluk en büyük avantajdır - USB-PD herhangi bir özel kablo veya duvar adaptörü gerektirmez.

Desteklenen çıkışlar, kablolar ve adaptörler

iPhone'un USB-PD uyumluluğundan yararlanmak istiyorsanız, aksesuarlar için dış kabuk kullanmanız gerekir; çünkü Apple, USB-C kablolarını veya adaptörleri kutuya yerleştirmez. USB-PD'yi destekleyen bir Lightning to USB-C kablosu satın almanız gerekecek - USB-C'den USB-A adaptörüne sahip standart bir Lightning kablosu kullanıyorsanız, şarj cihazı en düşük watt değerine ayarlanacaktır.

Tablo 12: Apple şarj sistemi

	Volt	Akım	Max Güç
USB-PD	14.5V	2A	29W



Apple'ın önerdiği:

Apple 29W, 61W veya 87W USB-C Güç Adaptörü.

USB Güç Dağıtımını (USB-PD) destekleyen benzer bir üçüncü taraf USB-C güç adaptörü.

Şarj hızı

Satın aldığınız USB-C şarj cihazı ne olursa olsun, iPhone'unuzda sabit kodlanmış güvenlik sınırlarına uymanız gerekecektir. Hızlı şarj, kapasite yüzde 0 ile 79 arasındayken devreye giriyor, ancak yüzde 80'e ulaştığında duruyor.

Aksesuarların şarj edilmesi için birkaç ekstra dolardan fazla para almamaya karar verirsiniz, aksi halde sizden daha hızlı şarj alabilirsiniz. Hızlı şarj eden iPhone'lar USB-PD kullanarak 30 dakikada yüzde 0 ile 50 arasında şarj edebilirler.

// Samsung Şarj Sistemi

Samsung'un Adaptif Şarj özelliği, Galaxy S9 ve Not 8 gibi Galaxy cihazlarına özeldir. Quick Charge ve diğer rakip hızlı standartların aksine, Samsung'un cihazlarının uluslararası versiyonlarında yaygın olarak bulunan çip üzerinde sistem olan Exynos ile tamamen uyumlu.

Teknik özellikler ve uyumlu adaptörler: Samsung'un Adaptif Hızlı Şarjı, 9V / 2A (18W) teorik bir zirveye sahip, ancak uygulamada biraz daha muhafazakar olma eğilimindedir. Uyarlanabilir Hızlı Şarj Cihazının hızlarına dokunduğunuzda, onaylı bir şarj almayı gerektirir, ancak çoğu Samsung cihazı Hızlı Şarj uyumlu aksesuarları destekler.

Tablo 13: Samsung şarj sistemi

	Volt	Akım	Max.Güç
Samsung Adaptive Fast Charging	5V/9V	2A	18W





Şarj hızı

Samsung, Adaptif Şarj için şarj sürelerini yayınlamıyor. Ancak bizim testimizde, 3,000mAh'lık bir bataryaya sahip olan Galaxy S8'in tam olarak şarj edilmesi yaklaşık iki saat sürmektedir.

Şarj teknolojisi sürekli bir akış halinde. Entegre devre, şarj kontrol cihazları, adaptörler ve kablolardaki gelişmeler, saatlerce değil, dakikalar içinde şarj olan akıllı telefonlar anlamına gelebilir.

Çin merkezli akıllı telefon üreticisi Meizu'nun akıllı telefon üreticisi Guangdong, Super mCharge, 20 dakika içinde% 0'dan 100'e kadar bir pil şarj edebilir. 11V / 5A şarj adaptörü, 55W gücünde bir güç sağlar ve Super mCharge uyumlu cihazların içindeki karmaşık devreler, iç sıcaklığın 102 derece Fahrenheit'ı aşmasını önler. Daha da iyisi Meizu, Super mCharge'ın pil ömrünü etkilemeyeceğini söylüyor - ortalama 3,000mAh pilin 800 çevrimden sonra kapasitesinin% 80'i mevcut olacak.

Oppo'nun Vooc şarj teknolojisinin evrimi Oppo Super Vooc, aküyü, Meizu'nun Super mCharge'sinden bile daha hızlı şarj edebilir: 15 dakikada yüzde 100'e kadar. Diğer hızlı şarj standartları kadar fazla ısı üretmeyen düşük voltajlı bir sistem kullanır ve algoritması kısa devreleri önlemek için dinamik olarak şarj akımını ve voltajı düzenler.

Daha da iyisi, Super Vooc, Super mCharge'ın sıkı uyumluluk standartlarına sahip değil. Özel bir pil gerektirir, ancak Micro USB ve USB Type-C şarj cihazları ile çalışabilmektedir.

// Cep Telefonu Şarj Aleti Üretimi

Cep Telefonu Şarj aleti üretiminde kullanılacak hammaddeler;

- Plastik bant
- Bakır
- Saç
- Pin
- Priz
- Kalıplar
(girişler için kullanılacak kalıplar ve adaptör için kullanılacak kalıplar)
- Elektronik kart
- Kaynak için elektrot
- Koruyucu kauçuk

Ham madde ve sarf malzemelerin işleniş sırası;

- Soket malzemeler (kabuklu devre kartı)
- Soket malzeme (plastik altlık)
- USB çift taraflı tipi erkek soket (yarı otomatik üretim)
- Çukurluklara kabuk makine
- Ekleme devre kartı kabuğu
- Adım 1:** Tutturma plastik altlık örneği için soket
- Adım 2:** Tutturma plastik altlık örneği geri konektörü
- Bitirme konektörü
- Kablolar, kesim evi (yaklaşık 2 metre)
- Freze folyo ve örmeye iç kablo
- Büküm şasi kablosu
- Lehim USB çift taraflı a tipi erkek soket kablo (yarı- otomatik lehim makine)
- Lehim USB micro soketi kablo
- Freze şasi kablo, lehim şasi kablosu konektörü
- Dahili enjeksiyon kalıplama tip A erkek konektör
- Elektriksel performans testi (iç kalıplama)
- Harici enjeksiyon kalıplama tip A erkek konektör
- Harici enjeksiyon kalıplama, mikro konektörü
- Elektriksel performans testi (üretim bitimi)
- Gözle muayene, bakarak muayene, görerek inceleme, gözle uygulanan muayene



// Dağıtım Kanalları

Cep telefonu sektörü sürekli ürün iyileştirme çalışmaları yapmakla beraber aynı zamanda dağıtım kanallarında değişen pazar sektörüne uyum sağlamaya çalışmaktadırlar. Cep telefonu üreticilerinin ürünlerini global pazara sunarken en çok kullandıkları yöntem;

Distribütörlük sistemidir. Ülkelerde çeşitli standartlar içerisinde ana bayilikler vererek ülke pazarında yer edinmeye çalışmaktadırlar. Bu yöntem hala etkin olmakla kullandıkları yöntem olmakla beraber diğer yöntem, B2B ve Zincir Mağaza sistemi de yoğun olarak kullanılmaya başlamıştır.

Türkiye pazarında da bu yöntemler kullanılmaktadır. Distribütörlükler özellikle;

Akıllı telefon; Teknosa, Vatan Computer vb. zincir mağazalar ve distribütörlükler ile yapılmaktadır.

Cep telefonu aksesuarları ise Toptancı ve Perakendeci sistemi ile pazara sunulmaktadır.

Ayrıca n11, Hepsiburada, Gitti Gidiyor vb. kanallar üzerinden de B2B sistemi ile satış yapılmaktadır.

Ülkemizden birkaç örnek;

- Teknotok.com- Toptan telefon aksesuarları
- IThink.com
- Shagsm.com Aksesuarları
- İstanbul Toptan Ticaret
- Güler GSM – GSM Aksesuar Toptan Satış Merkezi
- Powerbanktoptan.com – Powerbank Toptan Satış merkezi
- Syrox – Dramex Toptan Aksesuar Sitesi
- Penguen Telefon Aksesuarları
- Cepium Spider Mobil teknolojileri
- Megatech Mega Kominikasyon Danışmanlık Tanıtım İnşaat ve San. Ve Dış Ticaret LTD. ŞTİ.

Ülkemizde 5000'e yakın irili ufaklı toptancı gerek internet gerekse mağazalar üzerinden cep telefonu aksesuar işi yapmaktadırlar.

Ürün tasarımı genelde firmaların ana merkezinde geliştirilir, tasarlanır ve ilk portatif üretilir. Sonra üretim maliyetlerini düşürmek için firmalar fason üretim yaptırmaktadırlar. Özellikle aksesuar parçalarının üretimi bu şekilde olmaktadır.

Ülkemizde bu alanda üretim yapan tek firma;

Nefas Bilişim Elektronik Firmasıdır. Cep telefonu kılıfı ve Powerbank üretimi yapmaktadır.

Üretimde karşımıza OEM VE ODM kavramları karşımıza çıkmaktadır. OEM'in (Menşei Tescilli Üretim) temel anlamı "OEM" olarak bilinen markanın üretilmesinde işbirliği yapmaktır. Doğrudan üretici marka ürünleri değil, "anahtar teknoloji" ustalığını kullanmak, tasarım ve yeni ürün geliştirme, kontrol satış kanalları ve sınırlı üretim kapasitesinden, hatta üretim hattından sorumludur, bitkiler, yeni bir üretim hattı riskini azaltmak ve hatta sözleşme zamanı sipariş ederek pazarı kazanmak, diğer benzer ürünleri üreticilerine emanet etmek, ürün fiyatını belirlemek ve doğrudan kendi etiketlerini yapıştırmak amacıyla üretim ve satışları artırmak için sipariş vermek marka markası. Bu tür işbirliği, OEM üreticisi olarak adlandırılan ve ürününün OEM ürünü olduğu OEM'dir. ODM (Orijinal Tasarım Üreticisi) orijinal tasarım üreticisi. OEM'in özellikleri: teknoloji dışındadır, başkent dışındadır, pazar dışındadır, sadece üretim içindedir. ODM (ORİJİNAL TASARIM ÜRETİCİSİ), bir şirketin başka bir şirketin spesifikasyonlarına göre bir ürün tasarladığı ve ürettiği anlamına gelen «orijinal tasarım üreticisi» anlamındadır. Örneğin, HP gibi bir bilgisayar şirketi, pazarlamak istediği bir dizüstü bilgisayar için spesifikasyonlar yapabilir. Özellikle ekran boyutu ve teknik gereksinimler, giriş / çıkış portu, klavye, şekil ve renk eğiminden önce bilgisayar paketi, hoparlörün konumu vb. Gibi ürün gereksinimlerinin görünümünü belirleyeceklerdir. Ayrıca özellikleri de belirteceklerdir. CPU veya video denetleyicisi gibi ürünün ana iç ayrıntıları için. Bununla birlikte, desen tasarımı yapmamakta, güç kaynağı için anahtarlama transistör tipini belirtmemekte ve arka ışık dönüştürücülerinin frekansını seçmemektedirler. Bunların hepsi ODM'nin işi. ODM, bilgisayar şirketi tarafından kurulan spesifikasyonlara göre dizüstü bilgisayarlar tasarlar ve üretir. Bazen mevcut örneklerle ODM üretilebilir. ODM, işbirliğine daha fazla önem verme eğilimindedir ve OEM durumunda, alıcı, ürünün spesifik özelliklerine katılmaz. Cep telefonu şarj aleti üretimi yapacak olan firma bu ürün açısından öncelikle Vestel , Casper ve General Mobile ile çalışabilir.

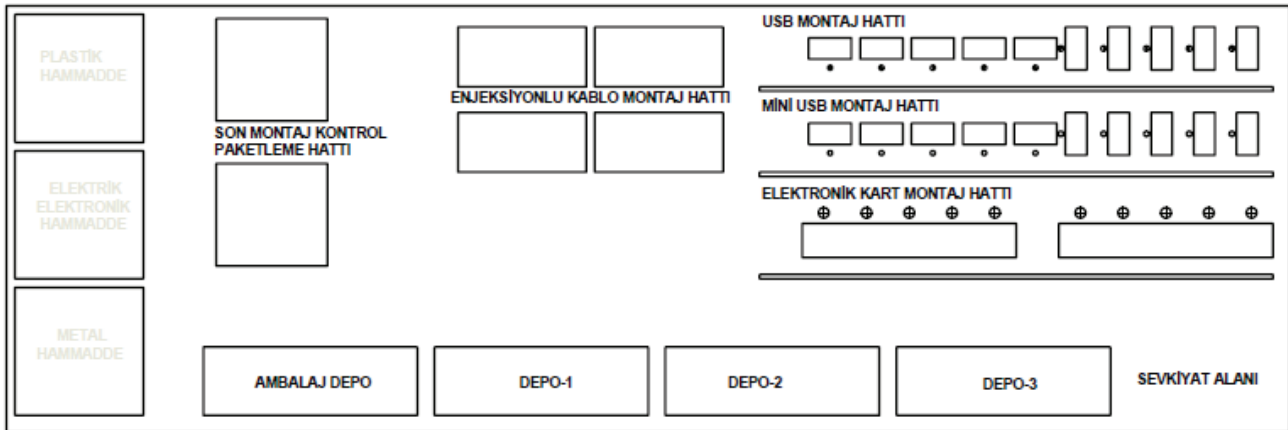


FINANSAL HESAPLAMALAR

Finansal hesaplamalarda; iki senaryoya göre finansal analiz yapılmıştır. Birinci senaryoda ithal malın tamamen ortadan kaldırılması için 50 milyon TL üzeri Stratejik bir yatırım olarak yeni teşvik sistemi kapsamında Stratejik Yatırım, 2.senaryo için ise yine cari açığı azaltıcı ithal ürünlerin pazarına azaltmaya yönelik KOSGEB stratejik ürün yatırımı kabul edilmiştir. 1.senaryo için akıllı telefonlarda kullanılan 80.000.000 adet/yıl USB Kablo ve 20.000.000 adet/yıl adaptör, 2. Senaryo için 8.000.000 adet/yıl USB Kablo ve 2.000.000 adet/yıl adaptör için kurulu kapasiteye göre bütün hesaplamalar yapılmıştır. Kurumlar vergisi %20, Makine & ekipman için KDV ise %18 olarak hesaplanmıştır. Yatırım yeri olarak Konya merkezi öngörülmüş, bina maliyetleri ise Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı 2018 yılı C grubu yapılar Sanayi yapıları (Tek katlı, bodrum ve asma katı da olabilen prefabrik beton, betonarme ve çelik yapılar) bu gruptakilere benzer yapılar metrekare bazında fabrika alanları için öngördüğü 578 TL kabul edilerek, iki senaryoya göre finansal analiz yapılmıştır. Birinci senaryoda 25000 m²'lik kapalı alanlı bir fabrika alanı, 2.senaryo için 5.000m² kapalı alanlı KOSGEB stratejik ürün yatırımı kabul edilmiş ve tesis yerleşimi için aşağıdaki yerleşim planı öngörülmüştür.

Şekil-7 Üretim Genel Şeması

CEP TELEFONU ŞARJ KABLO ÜRETİM MODELİ GENEL ŞEMASI



1. SENARYO: 50 Milyon TL Üzeri Stratejik Yatırım Analizi

Tablo 14: Finansal Tablolar

MAKİNE, TEÇHİZAT, YAZILIM VE OFİS DONANIM GİDERLERİ			
HARCAMA ADI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TUTAR
Otomasyon Özel Kablo Montaj Hattı (Kesim, Lehim Ve Plastik Kalıp)	5	500.000,00	2.500.000
Otomasyon Eletronik Kart Montaj Hattı	5	500.000,00	2.500.000
Otomasyon Usb Montaj Hattı (Metal İle Plastik Birleştirecek)	5	300.000,00	1.500.000
Otomasyon Mini Usb Montaj Hattı (C Ve B Kısımlarını Plastik İle Birleştirecek)	5	300.000,00	1.500.000
PLASTİK ENJEKSİYON MAKİNASI (1 KG) KALIP BASIMI	5	150.000,00	750.000
KALIP	100	2.500,00	250.000
OTOMOSYON KAYNAK MAKİNASI	5	200.000,00	1.000.000
BİLGİSAYAR	30	3.500,00	105.000
CALIŞMA SANDALYESİ	45	100	4.500
DEPO RAFLARI	50	2.500,00	125.000
OFİS MOBİLYASI	50	5.000,00	250.000
GİYİNME DOLAPLARI	250	250	125.000
TOPLAM			10.274.500 TL
KDV %18:			1.849.410,00 TL
GENEL TOPLAM:			12.123.910,00 TL



TOPLAM YATIRIM BÜTÇESİ VE FİNANSMANI TABLOSU

YATIRIM BÜTÇESİ	Toplam Tutar (TL) (KDV Hariç)
A-UYGUN HARCAMALAR (A1+A2+A3+A4)	27.573.910,00
A1 – Yapım İşleri	14.450.000,00
A2 – Makine ve Ekipman Alımları	12.123.910,00
A3 – Genel Harcamalar (Hizmet Alımları)	500.000,00
A4 – Görünürlük Harcamaları	500.000,00
B- UYGUN OLMAYAN HARCAMALAR (B1+B2+B3+B4+B5+B6+B7)	66.142.678,55
B1 – Yapım İşleri	
B2 – Makine ve Ekipman Alımları	
B3 – Diğer Harcamalar	1.000.000,00
B4 - Genel Harcamalar (Hizmet Alımları)	150.000,00
B5 – İşletme Sermayesi Değişimi	64.570.888,54
B6 – Yatırım Dönemi Finansman Giderleri	50.000,00
B7 – Yatırım Dönemi KDV Ödemeleri	371.790,00
C- TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B)	93.716.588,55
FİNANSMAN KAYNAKLARI	Toplam (TL)
D- ÖZKAYNAK	95.000.000,00
E- BANKA KREDİSİ	
F- STRATEJİK YATIRIM DESTEK TUTARI	20.000.000,00
G-DİĞER KAYNAKLAR	
H-FİNANSMAN KAYNAKLARI TOPLAMI (D+E+F+G)	115.000.000,00

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI 1. VE 2. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	80.000.000,00	80.000.000,00	80.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	33.000.000,00	33.000.000,00	36.300.000,00
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	6,00	6,60
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% $[(B1/A1)*100]$	-	41,25%	41,25%	45,38%
Adaptör	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl
A2- Kurulu Kapasite	Adet	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	8.250.000,00	8.250.000,00	9.075.000,00
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	12,00	13,20
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% $[(B2/A2)*100]$	-	41,25%	41,25%	45,38%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			41,25%	45,38%

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI 3. VE 4. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	3.Yıl	4.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	80.000.000,00	80.000.000,00	80.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	33.000.000,00	39.930.000,00	43.923.000,00
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	7,26	7,99
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% $[(B1/A1)*100]$	-	41,25%	49,91%	54,90%
Adaptör	Birim	Mevcut Durum	3.Yıl	4.Yıl
A2- Kurulu Kapasite	Adet	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	8.250.000,00	9.982.500,00	10.980.750,00
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	14,52	15,97
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% $[(B2/A2)*100]$	-	41,25%	49,91%	54,90%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			49,91%	54,90%

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI 5. VE 6. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	5.Yıl	6.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	80.000.000,00	80.000.000,00	80.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	33.000.000,00	48.315.300,00	53.146.830,00
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	8,78	9,66
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% $[(B1/A1)*100]$	-	41,25%	60,39%	66,43%
Adaptör	Birim	Mevcut Durum	5.Yıl	6.Yıl
A2- Kurulu Kapasite	Adet	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	8.250.000,00	12.078.825,00	13.286.707,50
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	17,57	19,33
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% $[(B2/A2)*100]$	-	41,25%	60,39%	66,43%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			60,39%	66,43%

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI 7. VE 8. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	7.Yıl	8.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	80.000.000,00	80.000.000,00	80.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	33.000.000,00	58.461.513,00	64.307.664,30
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	10,63	11,69
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% $[(B1/A1)*100]$	-	41,25%	73,08%	80,38%
Adaptör	Birim	Mevcut Durum	7.Yıl	8.Yıl
A2- Kurulu Kapasite	Adet	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	8.250.000,00	14.615.378,25	16.076.916,08
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	21,26	23,38
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% $[(B2/A2)*100]$	-	41,25%	73,08%	80,38%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			73,08%	80,38%

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI 9. VE 10. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	9.Yıl	10.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	80.000.000,00	80.000.000,00	80.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	33.000.000,00	70.738.430,73	77.812.273,80
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	12,86	14,15
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% $[(B1/A1)*100]$	-	41,25%	88,42%	97,27%
Adaptör	Birim	Mevcut Durum	9.Yıl	10.Yıl
A2- Kurulu Kapasite	Adet	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	8.250.000,00	17.684.607,68	19.453.068,45
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	25,72	28,30
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% $[(B2/A2)*100]$	-	41,25%	88,42%	97,27%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			88,42%	97,27%



TAM KAPASİTEDE İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI TABLOSU (TL)

UNSURLAR	Süre (Gün)	Yıllık Tutar (Sabit)	Yıllık Tutar (Değişken)	İşletme Sermayesi Tutarı (Sabit) (a)	İşletme Sermayesi Tutarı (Değişken) (b)	Toplam (a+b)
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu				2.250.000,00	34.000.000,00	36.250.000,00
A1. Hammadde Stoğu	90,00		80.000.000,00		20.000.000,00	20.000.000,00
A2. Yardımcı Madde Stoğu	90,00		20.000.000,00		5.000.000,00	5.000.000,00
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	90,00	9.000.000,00	36.000.000,00	2.250.000,00	9.000.000,00	11.250.000,00
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu				6.258.500,00	68.214.000,00	74.472.500,00
B1. Mamul Stoğu	90,00	12.517.000,00	136.428.000,00	3.129.250,00	34.107.000,00	37.236.250,00
B2. Yarı Mamul Stoğu	90,00	12.517.000,00	136.428.000,00	3.129.250,00	34.107.000,00	37.236.250,00
C. Nakit İhtiyacı				1.245.875,00	104.750,00	1.350.625,00
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	45,00		288.000,00		36.000,00	36.000,00
C2. Personel Giderleri	45,00	9.240.000,00		1.155.000,00		1.155.000,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	45,00	727.000,00	550.000,00	90.875,00	68.750,00	159.625,00
D. Vadeli Satışlar	60,00	18.967.000,00	137.438.000,00	3.161.166,67	22.906.333,33	26.067.500,00
E. Vadeli Alışlar						
E1. Hammadde	90,00					
Tam Kapasitede Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı				12.915.541,67	125.225.083,33	138.140.625,00



İŞLETME SERMAYESİ DEĞİŞİMİ TABLOSU (TL)

UNSLURLAR	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoku (A1+A2+A3+A4)		16.275.000,00	17.677.500,00	19.220.250,00	20.917.275,00	22.784.002,50	24.837.402,75	27.096.143,03	29.580.757,33	32.313.833,06	35.320.216,37
A1. Hammade Stoku		8.250.000,00	9.075.000,00	9.982.500,00	10.980.750,00	12.078.825,00	13.286.707,50	14.615.378,25	16.076.916,08	17.684.607,68	19.453.068,45
A2. Yardımcı Madde Stoku		2.062.500,00	2.268.750,00	2.495.625,00	2.745.187,50	3.019.706,25	3.321.676,88	3.653.844,56	4.019.229,02	4.421.151,92	4.863.267,11
A3. İşletme Malzemesi Stoku		5.962.500,00	6.333.750,00	6.742.125,00	7.191.337,50	7.685.471,25	8.229.018,38	8.826.920,21	9.484.612,23	10.208.073,46	11.003.880,80
A4. Yakıt Stoku											
B. Mamul ve Yarımamul Stoku (B1+B2)		34.396.775,00	37.210.602,50	40.305.812,75	43.710.544,03	47.455.748,43	51.575.473,27	56.107.170,60	61.092.037,66	66.575.391,42	72.607.080,56
B1. Mamul Stoku		17.198.387,50	18.605.301,25	20.152.906,38	21.855.272,01	23.727.874,21	25.787.736,64	28.053.585,30	30.546.018,83	33.287.695,71	36.303.540,28
B2. Yarı Mamul Stoku		17.198.387,50	18.605.301,25	20.152.906,38	21.855.272,01	23.727.874,21	25.787.736,64	28.053.585,30	30.546.018,83	33.287.695,71	36.303.540,28
C. Nakit İhtiyacı (C1+C2+C3)		1.289.084,38	1.293.405,31	1.298.158,34	1.303.386,68	1.309.137,85	1.315.464,13	1.322.423,04	1.330.077,85	1.338.498,13	1.347.760,45
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri		14.850,00	16.335,00	17.968,50	19.765,35	21.741,89	23.916,07	26.307,68	28.938,45	31.832,29	35.015,52
C2. Personel Giderleri		1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00	1.155.000,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı		119.234,38	122.070,31	125.189,84	128.621,33	132.395,96	136.548,06	141.115,36	146.139,40	151.665,84	157.744,92
D. Vadeli Satışlar		12.610.029,17	13.554.915,42	14.594.290,29	15.737.602,65	16.995.246,25	18.378.654,21	19.900.402,97	21.574.326,60	23.415.642,59	25.441.090,18
E. Vadeli Alışlar (E1+E2+...)											
E1. Hammadde											
Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı (A+B+C+D-E)		64.570.888,54	69.736.423,23	75.418.511,39	81.668.808,36	88.544.135,03	96.106.994,36	104.426.139,63	113.577.199,43	123.643.365,20	134.716.147,56
İşletme Sermayesindeki Değişim		64.570.888,54	5.165.534,69	5.682.088,16	6.250.296,97	6.875.326,67	7.562.859,34	8.319.145,27	9.151.059,80	10.066.165,78	11.072.782,35

SATIŞ GELİRLERİ

	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl
USB Kablo						
Satış Miktarı	Adet	33.000.000,00	33.000.000,00	36.300.000,00	39.930.000,00	43.923.000,00
Birim Fiyatı	TL	6,00	6,00	6,60	7,26	7,99
Satış Geliri	TL	198.000.000,00	198.000.000,00	239.580.000,00	289.891.800,00	350.769.078,00
Adaptör						
Satış Miktarı	Adet	8.250.000,00	8.250.000,00	9.075.000,00	9.982.500,00	10.980.750,00
Birim Fiyatı	TL	12,00	12,00	13,20	14,52	15,97
Satış Geliri	TL	99.000.000,00	99.000.000,00	119.790.000,00	144.945.900,00	175.384.539,00
Toplam Satış Gelirleri	TL	297.000.000,00	297.000.000,00	359.370.000,00	434.837.700,00	526.153.617,00

SATIŞ GELİRLERİ

	Birim	Mevcut Durum	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
USB Kablo								
Satış Miktarı	Adet	33.000.000,00	48.315.300,00	53.146.830,00	58.461.513,00	64.307.664,30	70.738.430,73	77.812.273,80
Birim Fiyatı	TL	6,00	8,78	9,66	10,63	11,69	12,86	14,15
Satış Geliri	TL	198.000.000,00	424.430.584,38	513.561.007,10	621.408.818,59	751.904.670,49	909.804.651,30	1.100.863.628,07
Adaptör								
Satış Miktarı	Adet	8.250.000,00	12.078.825,00	13.286.707,50	14.615.378,25	16.076.916,08	17.684.607,68	19.453.068,45
Birim Fiyatı	TL	12,00	17,57	19,33	21,26	23,38	25,72	28,30
Satış Geliri	TL	99.000.000,00	212.215.292,19	256.780.503,55	310.704.409,30	375.952.335,25	454.902.325,65	550.431.814,04
Toplam Satış Gelirleri	TL	297.000.000,00	636.645.876,57	770.341.510,65	932.113.227,89	1.127.857.005,74	1.364.706.976,95	1.651.295.442,11



TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ TABLOSU (TL)

Gider Unsurları	Miktar	Birim	Birim Fiyat (TL)	Toplam Tutar (TL)	Sabit (%)	Değişken (%)	Giderdeki Payı (%)
A - ÜRETİM GİDERLERİ							
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme				145.000.000,00			92,71%
a) İlk Madde Kullanımı				80.000.000,00			51,15%
	1,00	adet	80.000.000,00	80.000.000,00		100%	51,15%
b) Yardımcı Madde				20.000.000,00			12,79%
	1,00	adet	20.000.000,00	20.000.000,00		100%	12,79%
c) İşletme Malzemesi Kullanımı				45.000.000,00			28,77%
	1,00	adet	45.000.000,00	45.000.000,00	20%	80%	28,77%
2-Direkt İşçilik Giderleri							
						100%	
3-Genel Üretim Giderleri				642.000,00			0,41%
a) Elektrik Giderleri	12,00	ay	10.000,00	120.000,00		100%	0,08%
b) Su, Gaz Giderleri	12,00	ay	5.000,00	60.000,00		100%	0,04%
c) Yakıt Giderleri	12,00	ay				100%	
d) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	1.000,00	12.000,00	100%		0,01%
e) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	250.000,00	250.000,00	100%		0,16%
f) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	100.000,00	100.000,00	100%		0,06%
g) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
h) Diğer Giderler	1,00	yıl	100.000,00	100.000,00		100%	0,06%
4 - Genel Yönetim Giderleri				3.303.000,00			2,11%
a) Personel Giderleri	12,00	ay	250.000,00	3.000.000,00	100%		1,92%
b) Elektrik Giderleri	12,00	ay	1.250,00	15.000,00		100%	0,01%
c) Su, Gaz Giderleri	12,00	ay	2.750,00	33.000,00		100%	0,02%
d) Yakıt Giderleri	12,00	ay				100%	
e) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	2.500,00	30.000,00	100%		0,02%
f) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	50.000,00	50.000,00	100%		0,03%
g) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	75.000,00	75.000,00	100%		0,05%
h) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
i) Diğer Giderler	1,00	yıl	100.000,00	100.000,00		100%	0,06%
5 - Beklenebilecek Farklar							
TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ (1+2+3+4+5)				148.945.000,00			95,23%
6 - Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri				7.460.000,00			4,77%
a) Personel Giderleri	12,00	ay	520.000,00	6.240.000,00	100%		3,99%
b) Elektrik Giderleri	12,00	ay	2.500,00	30.000,00		100%	0,02%
c) Su ve Gaz Giderleri	12,00	ay	2.500,00	30.000,00		100%	0,02%
d) Yakıt Giderleri	12,00	ay	50.000,00	600.000,00		100%	0,38%
e) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	5.000,00	60.000,00	100%		0,04%
f) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	75.000,00	75.000,00	100%		0,05%
g) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	75.000,00	75.000,00	100%		0,05%
h) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
i) Diğer Giderler	1,00	yıl	350.000,00	350.000,00		100%	0,22%
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ (1+2+3+4+5+6)				156.405.000,00			100,00%

TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ	
Sabit Giderler Toplamı	12.517.000,00
Değişken Giderler Toplamı	136.428.000,00
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ	
Sabit Giderler Toplamı	18.967.000,00
Değişken Giderler Toplamı	137.438.000,00

ÜRETİM GİDERLERİ (TL) 1 - 5. YIL

Üretim Giderleri	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme	65.100.000,00	70.710.000,00	76.881.000,00	83.669.100,00	91.136.010,00
a) İlk Madde Kullanımı	33.000.000,00	36.300.000,00	39.930.000,00	43.923.000,00	48.315.300,00
b) Yardımcı Madde	8.250.000,00	9.075.000,00	9.982.500,00	10.980.750,00	12.078.825,00
c) İşletme Malzemesi Kullanımı	23.850.000,00	25.335.000,00	26.968.500,00	28.765.350,00	30.741.885,00
2-Direkt İşçilik Giderleri					
3-Genel Üretim Giderleri	477.500,00	489.050,00	501.755,00	515.730,50	531.103,55
a) Elektrik Giderleri	49.500,00	54.450,00	59.895,00	65.884,50	72.472,95
b) Su, Gaz Giderleri	24.750,00	27.225,00	29.947,50	32.942,25	36.236,48
c) Yakıt Giderleri					
d) Haberleşme Giderleri	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
e) Bakım Onarım Giderleri	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
f) Sigorta Giderleri	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
g) Kira Giderleri					
h) Diğer Giderler	41.250,00	45.375,00	49.912,50	54.903,75	60.394,13
Toplam Üretim Giderleri (1+2+3)	65.577.500,00	71.199.050,00	77.382.755,00	84.184.830,50	91.667.113,55

ÜRETİM GİDERLERİ (TL) 6 - 10. YIL

Üretim Giderleri	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme	99.349.611,00	108.384.572,10	118.323.029,31	129.255.332,24	141.280.865,47
a) İlk Madde Kullanımı	53.146.830,00	58.461.513,00	64.307.664,30	70.738.430,73	77.812.273,80
b) Yardımcı Madde	13.286.707,50	14.615.378,25	16.076.916,08	17.684.607,68	19.453.068,45
c) İşletme Malzemesi Kullanımı	32.916.073,50	35.307.680,85	37.938.448,94	40.832.293,83	44.015.523,21
2-Direkt İşçilik Giderleri					
3-Genel Üretim Giderleri	548.013,91	566.615,30	587.076,83	609.584,51	634.342,96
a) Elektrik Giderleri	79.720,25	87.692,27	96.461,50	106.107,65	116.718,41
b) Su, Gaz Giderleri	39.860,12	43.846,13	48.230,75	53.053,82	58.359,21
c) Yakıt Giderleri					
d) Haberleşme Giderleri	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
e) Bakım Onarım Giderleri	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
f) Sigorta Giderleri	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
g) Kira Giderleri					
h) Diğer Giderler	66.433,54	73.076,89	80.384,58	88.423,04	97.265,34
Toplam Üretim Giderleri (1+2+3)	99.897.624,91	108.951.187,40	118.910.106,14	129.864.916,75	141.915.208,42

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL) 1 - 5. YIL

Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı						
Binalar		289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00
Makine-Ekipman		2.424.782,00	2.424.782,00	2.424.782,00	2.424.782,00	2.424.782,00
Demirbaşlar						
Taşıtlar		200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
Diğer						
Ara Toplam(1)		2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00
Mevcut Durum						
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)						
Toplam Amortisman (1+2)		2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL) 6 - 10. YIL

Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı						
Binalar		289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00
Makine-Ekipman						
Demirbaşlar						
Taşıtlar						
Diğer						
Ara Toplam(1)		289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00
Mevcut Durum						
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)						
Toplam Amortisman (1+2)		289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL) 1 - 10. YIL**Toplam - Satın Alma Bedeli - Kalıntı Değer**

Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	Toplam	Satın Alma Bedeli	Kalıntı Değer
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı				
Binalar		2.890.000,00	14.450.000,00	11.560.000,00
Makine-Ekipman		12.123.910,00	12.123.910,00	
Demirbaşlar				
Taşıtlar		1.000.000,00	1.000.000,00	
Diğer				
Ara Toplam(1)		16.013.910,00	27.573.910,00	11.560.000,00
Mevcut Durum				
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)				
Toplam Amortisman (1+2)		16.013.910,00	27.573.910,00	11.560.000,00

TAHMİNİ GELİR-GİDER TABLOSU (TL) 1 - 5. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)	297.000.000,00	297.000.000,00	359.370.000,00	434.837.700,00	526.153.617,00	636.645.876,57
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir	297.000.000,00	297.000.000,00	359.370.000,00	434.837.700,00	526.153.617,00	636.645.876,57
2. Diğer Gelirler						
3. Destek Miktarı						
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		78.573.957,00	84.243.274,50	90.479.523,75	97.339.397,93	104.885.259,52
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		65.100.000,00	70.710.000,00	76.881.000,00	83.669.100,00	91.136.010,00
5.Direkt İşçilik Giderleri						
6.Genel Üretim Gideleri		477.500,00	489.050,00	501.755,00	515.730,50	531.103,55
7.Genel Yönetim Giderleri		3.216.050,00	3.222.155,00	3.228.870,50	3.236.257,55	3.244.383,31
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri		6.866.625,00	6.908.287,50	6.954.116,25	7.004.527,88	7.059.980,66
9.Mali Giderler						
10.Beklenebilecek Farklar						
11.Amortismanlar		2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)	297.000.000,00	218.426.043,00	275.126.725,50	344.358.176,25	428.814.219,08	531.760.617,05
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar						
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]	59.400.000,00	43.685.208,60	55.025.345,10	68.871.635,25	85.762.843,82	106.352.123,41
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)	237.600.000,00	174.740.834,40	220.101.380,40	275.486.541,00	343.051.375,26	425.408.493,64
VII. Ödenen Temettüler						

TAHMİNİ GELİR-GİDER TABLOSU (TL) 6 - 10. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)	297.000.000,00	770.341.510,65	932.113.227,89	1.127.857.005,74	1.364.706.976,95	1.651.295.442,11
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir	297.000.000,00	770.341.510,65	932.113.227,89	1.127.857.005,74	1.364.706.976,95	1.651.295.442,11
2. Diğer Gelirler						
3. Destek Miktarı						
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		110.560.925,27	119.691.417,80	129.734.959,58	140.782.855,53	152.935.541,09
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		99.349.611,00	108.384.572,10	118.323.029,31	129.255.332,24	141.280.865,47
5.Direkt İşçilik Giderleri						
6.Genel Üretim Gideleri		548.013,91	566.615,30	587.076,83	609.584,51	634.342,96
7.Genel Yönetim Giderleri		3.253.321,64	3.263.153,80	3.273.969,18	3.285.866,10	3.298.952,71
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri		7.120.978,73	7.188.076,60	7.261.884,26	7.343.072,69	7.432.379,96
9.Mali Giderler						
10.Beklenebilecek Farklar						
11.Amortismanlar		289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)	297.000.000,00	659.780.585,38	812.421.810,09	998.122.046,17	1.223.924.121,41	1.498.359.901,02
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar						
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]	59.400.000,00	131.956.117,08	162.484.362,02	199.624.409,23	244.784.824,28	299.671.980,20
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)	237.600.000,00	527.824.468,30	649.937.448,07	798.497.636,93	979.139.297,13	1.198.687.920,82
VII. Ödenen Temettüler						

TAHMİNİ NAKİT AKIŞ TABLOSU (TL) 1 - 5. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)	297.000.000,00		297.000.000,00	359.370.000,00	434.837.700,00	526.153.617,00	636.645.876,57
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi	297.000.000,00		297.000.000,00	359.370.000,00	434.837.700,00	526.153.617,00	636.645.876,57
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi							
14. Kalıntı Değer							
IX. Destek Miktarı		20.000.000,00	-20.000.000,00				
X. Özkaynaklar		95.000.000,00					
XI. Banka Kredisi							
XII. Diğer Kaynaklar							
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)		93.716.588,55	83.739.491,69	89.925.362,66	96.729.820,72	104.214.724,59	112.448.118,85
15. Toplam Yatırım Harcamaları		93.716.588,55	5.165.534,69	5.682.088,16	6.250.296,97	6.875.326,67	7.562.859,34
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		64.570.888,54	5.165.534,69	5.682.088,16	6.250.296,97	6.875.326,67	7.562.859,34
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		29.145.700,01					
II. Giderler			78.573.957,00	84.243.274,50	90.479.523,75	97.339.397,93	104.885.259,52
XIV. Amortismanlar			2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00	2.913.782,00
XV. Kredi Anapara Ödemesi							
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)	237.600.000,00	21.283.411,45	152.489.081,71	217.333.074,24	272.150.026,03	339.089.830,59	420.759.416,31
XVII. Kümülatif Net Nakit Akışı		21.283.411,45	173.772.493,16	391.105.567,41	663.255.593,43	1.002.345.424,03	1.423.104.840,33
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)	297.000.000,00	-73.716.588,55	196.174.290,31	272.358.419,34	341.021.661,28	424.852.674,41	527.111.539,72
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		-73.716.588,55	-100.825.709,69	-24.641.580,66	44.021.661,28	127.852.674,41	230.111.539,72

TAHMİNİ NAKİT AKIŞ TABLOSU (TL) 6 - 10. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)	297.000.000,00		770.341.510,65	932.113.227,89	1.127.857.005,74	1.364.706.976,95	1.797.571.589,67
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi	297.000.000,00		770.341.510,65	932.113.227,89	1.127.857.005,74	1.364.706.976,95	1.651.295.442,11
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi							
14. Kalıntı Değer							146.276.147,56
IX. Destek Miktarı		20.000.000,00					
X. Özkaynaklar		95.000.000,00					
XI. Banka Kredisi							
XII. Diğer Kaynaklar							
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)		93.716.588,55	118.880.070,54	128.842.477,59	139.801.125,35	151.855.637,89	152.935.541,09
15. Toplam Yatırım Harcamaları		93.716.588,55	8.319.145,27	9.151.059,80	10.066.165,78	11.072.782,35	
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		64.570.888,54	8.319.145,27	9.151.059,80	10.066.165,78	11.072.782,35	
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		29.145.700,01					
II. Giderler			110.560.925,27	119.691.417,80	129.734.959,58	140.782.855,53	152.935.541,09
XIV. Amortismanlar			289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00	289.000,00
XV. Kredi Anapara Ödemesi							
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)	237.600.000,00	21.283.411,45	519.794.323,03	641.075.388,28	788.720.471,16	968.355.514,78	1.198.976.920,82
XVII. Kümülatif Net Nakit Akışı		21.283.411,45	1.942.899.163,37	2.583.974.551,64	3.372.695.022,80	4.341.050.537,58	5.540.027.458,39
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)	297.000.000,00	-73.716.588,55	651.750.440,11	803.559.750,29	988.344.880,39	1.213.140.339,06	1.644.925.048,58
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		-73.716.588,55	354.750.440,11	506.559.750,29	691.344.880,39	916.140.339,06	1.347.925.048,58

BAŞABAŞ NOKTASI ANALİZİ

Adaptör	USB Kablo
Adet olarak Başabaş Noktası: 7.237.701 adet	Adet olarak Başabaş Noktası: 1.333.502 adet
Gelir olarak Başabaş Noktası: 86.852.412 TL	Gelir olarak Başabaş Noktası: 16.002.032 TL
Birim Satış Fiyatı: 12.00 TL	Birim Satış Fiyatı: 6.00 TL
Sabit Maliyet: 20.989.333 TL	Sabit Maliyet: 10.494.666 TL
Birim Değişken Maliyet: 9,10 TL	Birim Değişken Maliyet: 4,13 TL

PROJE MALİ OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR Mİ?	EVET
NET BUGÜNKÜ DEĞER	2.588.605.023,25

STRATEJİK YATIRIMLAR kapsamında yeni teşvik sisteminden yararlanabilmek için aşağıdaki kriterleri sağlamak gereklidir:

- Asgari sabit yatırımın 50 milyon Türk Lirasının üzerinde olması
- Yurtiçi toplam üretim kapasitesinin ithalattan az olması
- Katma değer in asgari %40 olması
- Son bir yıl içerisinde gerçekleşen toplam ithalat tutarının 50 milyon ABD dolarının üzerinde olması

Cep telefonu şarj aleti yatırımı bütün kriterleri sağlamaktadır. Bu kapsamdaki destek unsurları ise:

- KDV İstisnası
- Gümrük Vergisi Muafiyeti
- Vergi İndirimi
- Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği
- Yatırım Yeri Tahsisi
- KDV İadesi
- Sigorta Primi (İşçi Hissesi) Desteği (6. Bölgede)
- Gelir Vergisi Stopajı Desteği (6. Bölgede)

2. SENARYO: 5 Milyon TL Üzeri KOSGEB Stratejik Ürün Desteği İçin Yatırım Analizi

Tablo 15: Finansal Tablolar

MAKİNE, TEÇHİZAT, YAZILIM VE OFİS DONANIM GİDERLERİ			
HARCAMA ADI	MİKTAR	BİRİM FİYAT	TUTAR
Otomasyon Özel Kablo Montaj Hattı (Kesim, Lehim Ve Plastik Kalıp)	1	500.000,00	500.000
Otomasyon Elektronik Kart Montaj Hattı	1	500.000,00	500.000
Otomasyon Usb Montaj Hattı (Metal İle Plastik Birleştirecek)	1	300.000,00	300.000
Otomasyon Mini Usb Montaj Hattı (C Ve B Kisimlerini Plastik İle Birleştirecek)	1	300.000,00	300.000
PLASTİK ENJEKSİYON MAKİNASI (1 KG) KALIP BASIMI	1	150.000,00	150.000
KALIP	10	2.500,00	25.000
OTOMOSYON KAYNAK MAKİNASI	1	200.000,00	200.000
BİLGİSAYAR	6	3.500,00	21.000
CALIŞMA SANDALYESİ	45	100	4.500
DEPO RAFLARI	10	2.500,00	25.000
OFİS MOBİLYASI	6	5.000,00	30.000
GİYİNME DOLAPLARI	40	250	10.000
TOPLAM			2.065.500 TL
KDV %18			371.790 TL
GENEL TOPLAM			2.437.290 TL

TOPLAM YATIRIM BÜTÇESİ VE FİNANSMANI TABLOSU

YATIRIM BÜTÇESİ	Toplam Tutar (TL) (KDV Hariç)
A-UYGUN HARCAMALAR (A1+A2+A3+A4)	5.527.290,00
A1 – Yapım İşleri	2.890.000,00
A2 – Makine ve Ekipman Alımları	2.437.290,00
A3 – Genel Harcamalar (Hizmet Alımları)	100.000,00
A4 – Görünürlük Harcamaları	100.000,00
B- UYGUN OLMAYAN HARCAMALAR (B1+B2+B3+B4+B5+B6+B7)	7.428.568,13
B1 – Yapım İşleri	
B2 – Makine ve Ekipman Alımları	
B3 – Diğer Harcamalar	250.000,00
B4 - Genel Harcamalar (Hizmet Alımları)	125.000,00
B5 – İşletme Sermayesi Değişimi	6.671.778,13
B6 – Yatırım Dönemi Finansman Giderleri	10.000,00
B7 – Yatırım Dönemi KDV Ödemeleri	371.790,00
C- TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B)	12.955.858,13
FİNANSMAN KAYNAKLARI	Toplam (TL)
D- ÖZKAYNAK	13.000.000,00
E- BANKA KREDİSİ	
F- STRATEJİK YATIRIM DESTEK TUTARI	5.000.000,00
G-DİĞER KAYNAKLAR	
H-FİNANSMAN KAYNAKLARI TOPLAMI (D+E+F+G)	18.000.000,00

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI / 1. - 5. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	3.300.000,00	3.300.000,00	3.630.000,00	3.993.000,00	4.392.300,00	4.831.530,00
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	6,00	6,60	7,26	7,99	8,78
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100]]	-	41,25%	41,25%	45,38%	49,91%	54,90%	60,39%
Adaptör	Birim						
A2- Kurulu Kapasite	Adet	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	825.000,00	825.000,00	907.500,00	998.250,00	1.098.075,00	1.207.882,50
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	12,00	13,20	14,52	15,97	17,57
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100]]	-	41,25%	41,25%	45,38%	49,91%	54,90%	60,39%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			41,25%	45,38%	49,91%	54,90%	60,39%

KURULU KAPASİTE VE TAHMİNİ ÜRETİM MİKTARI / 6. - 10. YIL

USB Kablo	Birim	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
A1- Kurulu Kapasite	Adet	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00
B1- Üretim Miktarı	Adet	3.300.000,00	5.314.683,00	5.846.151,30	6.430.766,43	7.073.843,07	7.781.227,38
C1-Birim Satış Fiyatı	TL	6,00	9,66	10,63	11,69	12,86	14,15
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100]]	-	41,25%	66,43%	73,08%	80,38%	88,42%	97,27%
Adaptör	Birim						
A2- Kurulu Kapasite	Adet	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
B2- Üretim Miktarı	Adet	825.000,00	1.328.670,75	1.461.537,83	1.607.691,61	1.768.460,77	1.945.306,85
C2-Birim Satış Fiyatı	TL	12,00	19,33	21,26	23,38	25,72	28,30
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100]]	-	41,25%	66,43%	73,08%	80,38%	88,42%	97,27%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			66,43%	73,08%	80,38%	88,42%	97,27%



TAM KAPASİTEDE İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI TABLOSU (TL)

UNSURLAR	Süre (Gün)	Yıllık Tutar (Sabit)	Yıllık Tutar (Değişken)	İşletme Sermayesi Tutarı (Sabit) (a)	İşletme Sermayesi Tutarı (Değişken) (b)	Toplam (a+b)
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu				225.000,00	3.400.000,00	3.625.000,00
A1. Hammadde Stoğu	90,00		8.000.000,00		2.000.000,00	2.000.000,00
A2. Yardımcı Madde Stoğu	90,00		2.000.000,00		500.000,00	500.000,00
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	90,00	900.000,00	3.600.000,00	225.000,00	900.000,00	1.125.000,00
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu				641.550,00	6.863.500,00	7.505.050,00
B1. Mamul Stoğu	90,00	1.283.100,00	13.727.000,00	320.775,00	3.431.750,00	3.752.525,00
B2. Yarı Mamul Stoğu	90,00	1.283.100,00	13.727.000,00	320.775,00	3.431.750,00	3.752.525,00
C. Nakit İhtiyacı				195.712,50	26.750,00	222.462,50
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	45,00		69.000,00		8.625,00	8.625,00
C2. Personel Giderleri	45,00	1.365.600,00		170.700,00		170.700,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	45,00	200.100,00	145.000,00	25.012,50	18.125,00	43.137,50
D. Vadeli Satışlar	60,00	2.465.700,00	13.874.000,00	410.950,00	2.312.333,33	2.723.283,33
E. Vadeli Alışlar						
E1. Hammadde	90,00					
Tam Kapasitede Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı				1.473.212,50	12.602.583,33	14.075.795,83



İŞLETME SERMAYESİ DEĞİŞİMİ TABLOSU (TL) 1. - 5. YIL

UNSURLAR	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
A.Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu (A1+A2+A3+A4)		1.627.500,00	1.767.750,00	1.922.025,00	2.091.727,50	2.278.400,25
A1. Hammadde Stoğu		825.000,00	907.500,00	998.250,00	1.098.075,00	1.207.882,50
A2. Yardımcı Madde Stoğu		206.250,00	226.875,00	249.562,50	274.518,75	301.970,63
A3. İşletme Malzemesi Stoğu		596.250,00	633.375,00	674.212,50	719.133,75	768.547,13
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu (B1+B2)		3.472.743,75	3.755.863,13	4.067.294,44	4.409.868,88	4.786.700,77
B1. Mamul Stoğu		1.736.371,88	1.877.931,56	2.033.647,22	2.204.934,44	2.393.350,38
B2. Yarı Mamul Stoğu		1.736.371,88	1.877.931,56	2.033.647,22	2.204.934,44	2.393.350,38
C. Nakit İhtiyacı (C1+C2+C3)		206.746,88	207.850,31	209.064,09	210.399,25	211.867,93
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri		3.557,81	3.913,59	4.304,95	4.735,45	5.208,99
C2. Personel Giderleri		170.700,00	170.700,00	170.700,00	170.700,00	170.700,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı		32.489,06	33.236,72	34.059,14	34.963,80	35.958,94
D. Vadeli Satışlar		1.364.787,50	1.460.171,25	1.565.093,38	1.680.507,71	1.807.463,48
E. Vadeli Alışlar (E1+E2+...)						
E1. Hammadde						
Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı (A+B+C+D-E)		6.671.778,13	7.191.634,69	7.763.476,91	8.392.503,35	9.084.432,43
İşletme Sermayesindeki Değişim		6.671.778,13	519.856,56	571.842,22	629.026,44	691.929,08

İŞLETME SERMAYESİ DEĞİŞİMİ TABLOSU (TL) 6. - 10. YIL

UNSURLAR	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
A.Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu (A1+A2+A3+A4)		2.483.740,28	2.709.614,30	2.958.075,73	3.231.383,31	3.532.021,64
A1. Hammadde Stoğu		1.328.670,75	1.461.537,83	1.607.691,61	1.768.460,77	1.945.306,85
A2. Yardımcı Madde Stoğu		332.167,69	365.384,46	401.922,90	442.115,19	486.326,71
A3. İşletme Malzemesi Stoğu		822.901,84	882.692,02	948.461,22	1.020.807,35	1.100.388,08
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu (B1+B2)		5.201.215,85	5.657.182,43	6.158.745,67	6.710.465,24	7.317.356,77
B1. Mamul Stoğu		2.600.607,92	2.828.591,22	3.079.372,84	3.355.232,62	3.658.678,38
B2. Yarı Mamul Stoğu		2.600.607,92	2.828.591,22	3.079.372,84	3.355.232,62	3.658.678,38
C. Nakit İhtiyacı (C1+C2+C3)		213.483,47	215.260,57	217.215,38	219.365,66	221.730,98
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri		5.729,89	6.302,88	6.933,17	7.626,49	8.389,14
C2. Personel Giderleri		170.700,00	170.700,00	170.700,00	170.700,00	170.700,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı		37.053,58	38.257,69	39.582,21	41.039,18	42.641,84
D. Vadeli Satışlar		1.947.114,83	2.100.731,32	2.269.709,45	2.455.585,39	2.660.048,93
E. Vadeli Alışlar (E1+E2+...)						
E1. Hammadde						
Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı (A+B+C+D-E)		9.845.554,42	10.682.788,62	11.603.746,23	12.616.799,60	13.731.158,31
İşletme Sermayesindeki Değişim		761.121,99	837.234,19	920.957,61	1.013.053,37	1.114.358,71

SATIŞ GELİRLERİ 1. - 5. YIL

	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
USB Kablo							
Satış Miktarı	Adet	3.300.000,00	3.300.000,00	3.630.000,00	3.993.000,00	4.392.300,00	4.831.530,00
Birim Fiyatı	TL	6,00	6,00	6,60	7,26	7,99	8,78
Satış Geliri	TL	19.800.000,00	19.800.000,00	23.958.000,00	28.989.180,00	35.076.907,80	42.443.058,44
Adaptör							
Satış Miktarı	Adet	825.000,00	825.000,00	907.500,00	998.250,00	1.098.075,00	1.207.882,50
Birim Fiyatı	TL	12,00	12,00	13,20	14,52	15,97	17,57
Satış Geliri	TL	9.900.000,00	9.900.000,00	11.979.000,00	14.494.590,00	17.538.453,90	21.221.529,22
Toplam Satış Gelirleri	TL	29.700.000,00	29.700.000,00	35.937.000,00	43.483.770,00	52.615.361,70	63.664.587,66

SATIŞ GELİRLERİ 6. - 10. YIL

	Birim	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
USB Kablo							
Satış Miktarı	Adet	3.300.000,00	5.314.683,00	5.846.151,30	6.430.766,43	7.073.843,07	7.781.227,38
Birim Fiyatı	TL	6,00	9,66	10,63	11,69	12,86	14,15
Satış Geliri	TL	19.800.000,00	51.356.100,71	62.140.881,86	75.190.467,05	90.980.465,13	110.086.362,81
Adaptör							
Satış Miktarı	Adet	825.000,00	1.328.670,75	1.461.537,83	1.607.691,61	1.768.460,77	1.945.306,85
Birim Fiyatı	TL	12,00	19,33	21,26	23,38	25,72	28,30
Satış Geliri	TL	9.900.000,00	25.678.050,35	31.070.440,93	37.595.233,52	45.490.232,56	55.043.181,40
Toplam Satış Gelirleri	TL	29.700.000,00	77.034.151,06	93.211.322,79	112.785.700,57	136.470.697,69	165.129.544,21



TAM KAPASİTEDE YILLIK İŞLETME GİDERLERİ TABLOSU (TL)

Gider Unsurları	Miktar	Birim	Birim Fiyat (TL)	Toplam Tutar (TL)	Sabit (%)	Değişken (%)	Giderdeki Payı (%)
A - ÜRETİM GİDERLERİ							
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme				14.500.000,00			88,74%
a) İlk Madde Kullanımı				8.000.000,00			48,96%
	1,00	adet	8.000.000,00	8.000.000,00		100%	48,96%
b) Yardımcı Madde				2.000.000,00			12,24%
	1,00	adet	2.000.000,00	2.000.000,00		100%	12,24%
c) İşletme Malzemesi Kullanımı				4.500.000,00			27,54%
	1,00	adet	4.500.000,00	4.500.000,00	20%	80%	27,54%
2-Direkt İşçilik Giderleri							
						100%	
3-Genel Üretim Giderleri				167.100,00			1,02%
a) Elektrik Giderleri	12,00	ay	2.500,00	30.000,00		100%	0,18%
b) Su, Gaz Giderleri	12,00	ay	1.250,00	15.000,00		100%	0,09%
c) Yakıt Giderleri	12,00	ay				100%	
d) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	175,00	2.100,00	100%		0,01%
e) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	50.000,00	50.000,00	100%		0,31%
f) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	50.000,00	50.000,00	100%		0,31%
g) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
h) Diğer Giderler	1,00	yıl	20.000,00	20.000,00		100%	0,12%
4 - Genel Yönetim Giderleri				343.000,00			2,10%
a) Personel Giderleri	12,00	ay	20.000,00	240.000,00	100%		1,47%
b) Elektrik Giderleri	12,00	ay	250,00	3.000,00		100%	0,02%
c) Su, Gaz Giderleri	12,00	ay	750,00	9.000,00		100%	0,06%
d) Yakıt Giderleri	12,00	ay				100%	
e) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	500,00	6.000,00	100%		0,04%
f) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	10.000,00	10.000,00	100%		0,06%
g) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	25.000,00	25.000,00	100%		0,15%
h) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
i) Diğer Giderler	1,00	yıl	50.000,00	50.000,00		100%	0,31%
5 - Beklenebilecek Farklar							
TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ (1+2+3+4+5)				15.010.100,00			91,86%
6 - Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri				1.329.600,00			8,14%
a) Personel Giderleri	12,00	ay	93.800,00	1.125.600,00	100%		6,89%
b) Elektrik Giderleri	12,00	ay	500,00	6.000,00		100%	0,04%
c) Su ve Gaz Giderleri	12,00	ay	500,00	6.000,00		100%	0,04%
d) Yakıt Giderleri	12,00	ay	5.000,00	60.000,00		100%	0,37%
e) Haberleşme Giderleri	12,00	ay	1.000,00	12.000,00	100%		0,07%
f) Bakım Onarım Giderleri	1,00	yıl	20.000,00	20.000,00	100%		0,12%
g) Sigorta Giderleri	1,00	yıl	25.000,00	25.000,00	100%		0,15%
h) Kira Giderleri	12,00	ay				100%	
i) Diğer Giderler	1,00	yıl	75.000,00	75.000,00		100%	0,46%
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ (1+2+3+4+5+6)				16.339.700,00			100,00%

TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ

Sabit Giderler Toplamı	1.283.100,00
Değişken Giderler Toplamı	13.727.000,00
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ	
Sabit Giderler Toplamı	2.465.700,00
Değişken Giderler Toplamı	13.874.000,00

ÜRETİM GİDERLERİ (TL) / 1. - 5. YIL

Üretim Giderleri	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme	6.510.000,00	7.071.000,00	7.688.100,00	8.366.910,00	9.113.601,00
a) İlk Madde Kullanımı	3.300.000,00	3.630.000,00	3.993.000,00	4.392.300,00	4.831.530,00
b) Yardımcı Madde	825.000,00	907.500,00	998.250,00	1.098.075,00	1.207.882,50
c) İşletme Malzemesi Kullanımı	2.385.000,00	2.533.500,00	2.696.850,00	2.876.535,00	3.074.188,50
2-Direkt İşçilik Giderleri					
3-Genel Üretim Giderleri	128.912,50	131.593,75	134.543,13	137.787,44	141.356,18
a) Elektrik Giderleri	12.375,00	13.612,50	14.973,75	16.471,13	18.118,24
b) Su, Gaz Giderleri	6.187,50	6.806,25	7.486,88	8.235,56	9.059,12
c) Yakıt Giderleri					
d) Haberleşme Giderleri	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00
e) Bakım Onarım Giderleri	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
f) Sigorta Giderleri	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
g) Kira Giderleri					
h) Diğer Giderler	8.250,00	9.075,00	9.982,50	10.980,75	12.078,83
Toplam Üretim Giderleri (1+2+3)	6.638.912,50	7.202.593,75	7.822.643,13	8.504.697,44	9.254.957,18

ÜRETİM GİDERLERİ (TL) / 6. - 10. YIL

Üretim Giderleri	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme	9.934.961,10	10.838.457,21	11.832.302,93	12.925.533,22	14.128.086,55
a) İlk Madde Kullanımı	5.314.683,00	5.846.151,30	6.430.766,43	7.073.843,07	7.781.227,38
b) Yardımcı Madde	1.328.670,75	1.461.537,83	1.607.691,61	1.768.460,77	1.945.306,85
c) İşletme Malzemesi Kullanımı	3.291.607,35	3.530.768,09	3.793.844,89	4.083.229,38	4.401.552,32
2-Direkt İşçilik Giderleri					
3-Genel Üretim Giderleri	145.281,80	149.599,98	154.349,98	159.574,97	165.322,47
a) Elektrik Giderleri	19.930,06	21.923,07	24.115,37	26.526,91	29.179,60
b) Su, Gaz Giderleri	9.965,03	10.961,53	12.057,69	13.263,46	14.589,80
c) Yakıt Giderleri					
d) Haberleşme Giderleri	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00
e) Bakım Onarım Giderleri	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
f) Sigorta Giderleri	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
g) Kira Giderleri					
h) Diğer Giderler	13.286,71	14.615,38	16.076,92	17.684,61	19.453,07
Toplam Üretim Giderleri (1+2+3)	10.080.242,90	10.988.057,19	11.986.652,91	13.085.108,20	14.293.409,02

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL) / 1. - 5. YIL						
Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı						
Binalar		57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00
Makine-Ekipman		487.458,00	487.458,00	487.458,00	487.458,00	487.458,00
Demirbaşlar						
Taşıtlar		50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Diğer						
Ara Toplam(1)		595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00
Mevcut Durum						
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)						
Toplam Amortisman (1+2)		595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL) / 6. - 10. YIL						
Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı						
Binalar		57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00
Makine-Ekipman						
Demirbaşlar						
Taşıtlar						
Diğer						
Ara Toplam(1)		57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00
Mevcut Durum						
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)						
Toplam Amortisman (1+2)		57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00

AMORTİSMAN GİDERLERİ (TL)			/ TOPLAM - SATIN ALMA BEDELİ - KALINTI DEĞER	
Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	Toplam	Satın Alma Bedeli	Kalıntı Değer
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı				
Binalar		578.000,00	2.890.000,00	2.312.000,00
Makine-Ekipman		2.437.290,00	2.437.290,00	
Demirbaşlar				
Taşıtlar		250.000,00	250.000,00	
Diğer				
Ara Toplam(1)		3.265.290,00	5.577.290,00	2.312.000,00
Mevcut Durum				
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)				
Toplam Amortisman (1+2)		3.265.290,00	5.577.290,00	2.312.000,00

TAHMİNİ GELİR-GİDER TABLOSU (TL) / 1. - 5. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)	29.700.000,00	29.700.000,00	35.937.000,00	43.483.770,00	52.615.361,70	63.664.587,66
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir	29.700.000,00	29.700.000,00	35.937.000,00	43.483.770,00	52.615.361,70	63.664.587,66
2. Diğer Gelirler						
3. Destek Miktarı						
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		8.783.983,00	9.356.285,50	9.985.818,25	10.678.304,28	11.440.038,90
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		6.510.000,00	7.071.000,00	7.688.100,00	8.366.910,00	9.113.601,00
5.Direkt İşçilik Giderleri						
6.Genel Üretim Gideleri		128.912,50	131.593,75	134.543,13	137.787,44	141.356,18
7.Genel Yönetim Giderleri		306.575,00	309.132,50	311.945,75	315.040,33	318.444,36
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri		1.243.237,50	1.249.301,25	1.255.971,38	1.263.308,51	1.271.379,36
9.Mali Giderler						
10.Beklenebilecek Farklar						
11Amortismanlar		595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)	29.700.000,00	20.916.017,00	26.580.714,50	33.497.951,75	41.937.057,43	52.224.548,75
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar						
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]	5.940.000,00	4.183.203,40	5.316.142,90	6.699.590,35	8.387.411,49	10.444.909,75
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)	23.760.000,00	16.732.813,60	21.264.571,60	26.798.361,40	33.549.645,94	41.779.639,00
VII. Ödenen Temettüler						

TAHMİNİ GELİR-GİDER TABLOSU (TL) / 6. - 10. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)	29.700.000,00	77.034.151,06	93.211.322,79	112.785.700,57	136.470.697,69	165.129.544,21
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir	29.700.000,00	77.034.151,06	93.211.322,79	112.785.700,57	136.470.697,69	165.129.544,21
2. Diğer Gelirler						
3. Destek Miktarı						
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		11.740.488,99	12.662.187,89	13.676.056,68	14.791.312,35	16.018.093,58
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		9.934.961,10	10.838.457,21	11.832.302,93	12.925.533,22	14.128.086,55
5.Direkt İşçilik Giderleri						
6.Genel Üretim Gideleri		145.281,80	149.599,98	154.349,98	159.574,97	165.322,47
7.Genel Yönetim Giderleri		322.188,79	326.307,67	330.838,44	335.822,28	341.304,51
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri		1.280.257,30	1.290.023,03	1.300.765,33	1.312.581,87	1.325.580,05
9.Mali Giderler						
10.Beklenebilecek Farklar						
11Amortismanlar		57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)	29.700.000,00	65.293.662,07	80.549.134,90	99.109.643,89	121.679.385,35	149.111.450,63
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar						
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]	5.940.000,00	13.058.732,41	16.109.826,98	19.821.928,78	24.335.877,07	29.822.290,13
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)	23.760.000,00	52.234.929,66	64.439.307,92	79.287.715,11	97.343.508,28	119.289.160,50
VII. Ödenen Temettüler						

TAHMINİ NAKİT AKIŞ TABLOSU (TL) / 1. - 5. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)	29.700.000,00		29.700.000,00	35.937.000,00	43.483.770,00	52.615.361,70	63.664.587,66
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi	29.700.000,00		29.700.000,00	35.937.000,00	43.483.770,00	52.615.361,70	63.664.587,66
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi							
14. Kalıntı Değer							
IX. Destek Miktarı		5.000.000,00	-5.000.000,00				
X. Özkaynaklar		13.000.000,00					
XI. Banka Kredisi							
XII. Diğer Kaynaklar							
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)		12.955.858,13	9.303.839,56	9.928.127,72	10.614.844,69	11.370.233,36	12.201.160,90
15. Toplam Yatırım Harcamaları		12.955.858,13	519.856,56	571.842,22	629.026,44	691.929,08	761.121,99
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		6.671.778,13	519.856,56	571.842,22	629.026,44	691.929,08	761.121,99
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		6.284.080,01					
II. Giderler			8.783.983,00	9.356.285,50	9.985.818,25	10.678.304,28	11.440.038,90
XIV. Amortismanlar			595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00	595.258,00
XV. Kredi Anapara Ödemesi							
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)	23.760.000,00	5.044.141,87	11.808.215,04	21.287.987,38	26.764.592,96	33.452.974,86	41.613.775,01
XVII. Kümülatif Net Nakit Akışı		5.044.141,87	16.852.356,91	38.140.344,29	64.904.937,25	98.357.912,10	139.971.687,11
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)	29.700.000,00	-7.955.858,13	15.991.418,44	26.604.130,28	33.464.183,31	41.840.386,34	52.058.684,76
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		-7.955.858,13	-13.708.581,56	-3.095.869,72	3.764.183,31	12.140.386,34	22.358.684,76

TAHMINİ NAKİT AKIŞ TABLOSU (TL) / 6. - 10. YIL

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)	29.700.000,00		77.034.151,06	93.211.322,79	112.785.700,57	136.470.697,69	181.172.702,52
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi	29.700.000,00		77.034.151,06	93.211.322,79	112.785.700,57	136.470.697,69	165.129.544,21
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi							
14. Kalıntı Değer							16.043.158,31
IX. Destek Miktarı		5.000.000,00					
X. Özkaynaklar		13.000.000,00					
XI. Banka Kredisi							
XII. Diğer Kaynaklar							
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)		12.955.858,13	12.577.723,19	13.583.145,50	14.689.110,05	15.905.671,06	16.018.093,58
15. Toplam Yatırım Harcamaları		12.955.858,13	837.234,19	920.957,61	1.013.053,37	1.114.358,71	
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		6.671.778,13	837.234,19	920.957,61	1.013.053,37	1.114.358,71	
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		6.284.080,01					
II. Giderler			11.740.488,99	12.662.187,89	13.676.056,68	14.791.312,35	16.018.093,58
XIV. Amortismanlar			57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00	57.800,00
XV. Kredi Anapara Ödemesi							
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)	23.760.000,00	5.044.141,87	51.455.495,47	63.576.150,31	78.332.461,74	96.286.949,57	119.346.960,50
XVII. Kümülatif Net Nakit Akışı		5.044.141,87	191.427.182,58	255.003.332,88	333.335.794,63	429.622.744,19	548.969.704,69
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)	29.700.000,00	-7.955.858,13	64.514.227,88	79.685.977,28	98.154.390,52	120.622.826,64	165.212.408,94
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		-7.955.858,13	34.814.227,88	49.985.977,28	68.454.390,52	90.922.826,64	135.512.408,94

BAŞABAŞ NOKTASI ANALİZİ

Adaptör	USB Kablo
Adet olarak Başabaş Noktası: 635.928 adet	Adet olarak Başabaş Noktası: 679.130 adet
Gelir olarak Başabaş Noktası: 7.631.145 TL	Gelir olarak Başabaş Noktası: 4.074.782 TL
Birim Satış Fiyatı: 12.00 TL	Birim Satış Fiyatı: 6.00 TL
Sabit Maliyet: 2.499.200 TL	Sabit Maliyet: 1.249.600 TL
Birim Değişken Maliyet: 8,07 TL	Birim Değişken Maliyet: 4,16 TL

PROJE MALİ OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR Mİ?	EVET
NET BUGÜNKÜ DEĞER	251.272.385,88

KOSGEB Stratejik ürün kapsamında destekten yararlanabilmek için aşağıdaki kriterleri sağlamak gereklidir;

- İthalatı yüksek olan stratejik ürünlerin yerlileştirilmesi ve millileştirilmesi,
- Üretimde daha yüksek oranda yerli girdi kullanımının sağlanması,
- KOBİ'lerin teknolojik üretim yeteneklerinin geliştirilmesi ve teknolojinin tabana yayılması,
- KOBİ ile büyük işletmelerin birlikte hareket edebilme yeteneklerinin geliştirilmesi,
- Cari açığın azaltılmasına katkıda bulunacak yatırımların desteklenmesidir.

Hedef ürünler 26- Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı olan Cep telefonu şarj aleti yatırımı bütün kriterleri sağlamaktadır. Bu kapsamdaki destek unsurları ise;

5.000.000 TL (Geri ödemesiz +Geri ödemeli)

- Makine-teçhizat desteği
- Yazılım gideri desteği
- Personel gideri desteği
- Bilgi Transferi desteği
- Test-Analiz, Kalibrasyon ve Referans Numune desteği
- Hizmet alımı desteği



YORUM

2023 vizyonu ile hareket eden Türkiye, Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın öncülüğünde, Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Sayın Mustafa Varank beyin desteği ile stratejik öneme sahip ithal malların millileştirilmesi projesi hayata geçirilmiştir. Milli Savunma alanında çok büyük bir başarı sağlanarak millileştirme çalışmaları devam etmektedir. Türkiye'nin her alanda büyük değişim ve dönüşüm yaşamakta, ülkenin dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olması hedefini, gerçeğe dönüştürmek için harekete geçmiştir. Özlü, Türkiye'nin "bölgesel lider, küresel oyuncu" olması için, Teknolojimiz, insan kaynağımız, sanayicimiz bu hedefe taşımak için yeterlidir. Bize düşen görev bu kaynağı etkin ve verimli bir şekilde harekete geçirmek, işleyişi yeniden yapılandırmaktır.

Bu sebeple ön fizibilitesi hazırlanan Cep Telefonu şarj aleti yaklaşık olarak 76 milyon dolar yıllık ithalat değeri ile önemli bir döviz çıkışı olmaktadır, cep telefonu üretimi ve cep telefonu pazarında rekabet koşulları zorlu olsa da cep telefonu aksesuarlarının üretimi ve pazardaki rekabet koşulları daha kolaydır. Bu sebeple potansiyel yatırımcılara dikkat çekmek, için iki farklı kapasite ve yatırım değerine sahip finansal analiz yapılmıştır.

Birinci senaryoda ithal malın tamamen ortadan kaldırılması için 50 milyon TL üzeri Stratejik bir yatırım olarak yeni teşvik sistemi kapsamında 93 milyon TL yatırım tutarlı Stratejik Yatırım, 2.senaryo için ise yine cari açığı azaltıcı ithal ürünlerin pazarına azaltmaya yönelik 13 milyon TL KOSGEB stratejik ürün yatırımı kabul edilmiştir. Bu yatırımları ile TÜİK'in rakamlarına göre geçtiğimiz yıl 2017'de 19,3 milyon adet taşınabilir şarj cihazı ithalatı gerçekleşti ve toplam 75,9 milyon dolar harcama yapıldı. Böyle bir stratejik yatırım ile yaklaşık 400 milyon TL'lik ithalatın azaltılarak sıfırlanması mümkündür. Bu ön fizibilite ile potansiyel Türk girişimcisine yol gösterecektir.

"İthalata karşı yerli ürün seferberliği" başlatan Sanayi ve Teknoloji bakanlığımız, Kendi işletmelerimizle, kendi KOBİ'lerimizle, kendi finansmanımızla, kendi insan kaynağımızla, kendi damgamızla, kendi ürünlerimizi üretmek için yerli üretim, millileştirme çalışmalarına hız vermiştir. Buna destek veren fizibilitemiz ile ithalatımız azaltacak, yerli malı üretimi artıracak ve bu kalkınma modeli ile cari açık probleminin azaltmaya katkıda bulunan yatırımlar için önemli bir veri kaynağı olacaktır.



YATIRIM İÇİN İŞLETME DÖNEMİNDE DESTEK ALINABİLECEK FİNANSAL KAYNAKLAR

// KOSGEB DESTEK PROGRAMLARI

GENEL DESTEK PROGRAMI

15 Farklı Destek , Başvur-Aİ, %50-%60-%70

İŞBİRLİĞİ- GÜÇBİRLİĞİ DESTEK PROGRAMI

En az 5 İşletme birlikteliği 300 Bin TL Hibe, Toplam 1 Milyon TL

OY/Y Teknoloji'de En az 3 işletme, 300 Bin TL Hibe Toplam 1,5 Milyon TL %50-%60

KOBİGEL-KOBİ GELİŞİM DESTEK PROGRAMI

Çağrılı Projeler, 300 Bin TL Hibe, Toplam 1 Milyon TL %60-%80

KOBİ TEKNOLOJİK ÜRÜN YATIRIM DESTEK PROGRAMI

Teknolojik ürün veya prototipin üretimi için 5.000.000 TL - Hibe %70-%60 Geri Ödemeli %30-%40

ARGE, İNOVASYON VE ENDÜSTRİYEL UYGULAMA DESTEK PROGRAMI

Proje Esaslı, 1,5 Milyon TL Üst Limit, %75 Destek

STRATEJİK ÜRÜN DESTEK PROGRAMI

Yerli ve milli ürün üretimi için 5.000.000 TL - Hibe %70 - Geri Ödemeli %30

// EKONOMİ BAKANLIĞI DESTEKLERİ

Ekonomi Bakanlığı'nın başlıca destekleri şunlardır:

*** Yurtdışı Pazar araştırması ve pazara giriş destekleri*

- › Yurt dışı Pazar araştırması
- › E-Ticaret sitelerine üyelik
- › Sektörel ticaret heyetleri
- › Alım heyetleri
- › Pazara giriş belgeleri
- › Belge/sertifika/test analiz raporları
- › Tarım analiz raporları
- › Küresel tedarik zinciri
- › İhracatçıya alıcı kredisi ve sigorta tazmin desteği
- › Fuar katılım desteği
- › Tasarım desteği
- › Yurtdışı birim, marka ve tanıtım desteği
- › Markalaşma ve Turquality desteği
- › Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımları



Yurtdışı Pazar araştırması desteği

Bu Tebliğ kapsamında sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler tarafından gerçekleştirilen yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler %70 oranında ve yurt dışı pazar araştırması gezisi başına en fazla 5.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

Bir yurt dışı pazar araştırması gezisi kapsamında en fazla iki şirket çalışanının aşağıda belirtilen giderleri desteklenir.

a) Ulaşım: Uluslararası ve şehirlerarası ulaşımında kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 ABD Dolarına kadar araç kiralama giderleri.

b) Konaklama: Kişi başına günlük 150 ABD Dolarına kadar konaklama (oda + kahvaltı) giderleri

Her takvim yılı içerisinde şirket başına en fazla on yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenir.

Yurt dışı pazar araştırması gezisinin en az iki, yol hariç en fazla on günlük kısmı desteklenir.

Yurt dışı pazar araştırması gezisi süresince, yolculuk ve gidilen ülkenin resmi tatil günleri hariç olmak üzere, her gün için araştırma yapılan ülkede yerleşik en az bir kurum, kuruluş veya şirketle görüşme yapılmalıdır. Görüşme yapılmayan günler için ulaşım ve konaklama giderleri desteklenmez.

Sektörel Ticaret Heyeti ve Alım Heyeti Programları Desteği

Bakanlık koordinasyonunda işbirliği kuruluşlarınca düzenlenen sektörel ticaret heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına 100.000 ABD Dolarına kadar, alım heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına 75.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

İşbirliği kuruluşlarınca düzenlenen sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programları çerçevesinde aşağıda belirtilen giderler desteklenir:

a) Ulaşım: Sektörel ticaret heyetlerinde bir şirket/işbirliği kuruluşundan en fazla iki kişinin, alım heyetlerinde bir davetli yabancı şirket/kuruluştan en fazla iki kişinin uluslararası ve/veya şehirlerarası ulaşımında kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ile toplu taşımaya yönelik araç kiralama giderleri.

b) Konaklama: Sektörel ticaret heyetlerinde bir şirket/işbirliği kuruluşundan en fazla iki kişinin, alım heyetlerinde bir davetli yabancı şirket/kuruluştan en fazla iki kişinin, kişi başına günlük 150 ABD Dolarına kadar konaklama (oda + kahvaltı) giderleri.

c) Tanıtım ve Organizasyon Giderleri: 1) Tercümanlık gideri. 2) Seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri. 3) Fuar katılımına ilişkin giderler. 4) Görsel ve yazılı tanıtım giderleri. 5) Halkla ilişkiler hizmeti gideri. 6) Sergilenecek ürünlerin nakliye giderleri.

Pazara giriş belgeleri desteği

Pazara Giriş Belgeleri: Akredite edilmiş kurum/kuruluşlardan alınan ve bir ülke pazarına girişte zorunlu olan veya avantaj sağlayan kalite, çevre belgelerini/sertifikalarını; insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretleri; tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar analizlerini ve/veya test/analiz raporlarını içerir.

Bu Karar kapsamında şirketlerin, Genelge'de belirtilen Pazara Giriş Belgelerine ilişkin giderleri % 50 oranında desteklenir.

Bu Karar kapsamında Pazara Giriş Belgelerine yönelik olarak şirket başına yıllık en fazla 250.000 ABD Dolarına kadar destek verilir. Şirket başına yıllık 250.000 ABD Doları üst sınır, bir takvim yılı içerisinde yapılan başvurular esas alınarak hesaplanır.

Yurtdışı fuar katılım desteği

İhracat Genel Müdürlüğü, mal ticaretine ilişkin uluslararası fuarlara firmaların katılımları ve organizatörlerin tanıtım harcamaları, "Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin 2017/4 sayılı Karar" kapsamında desteklenmektedir. Bu çerçevede, Bakanlıkça belirlenip ilan edilen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara firmaların bireysel katılımı, bunun yanı sıra, yetkilendirilen organizatörlerce düzenlenen fuarlara milli katılım ve sektöründe önde gelen prestijli fuarlara katılım belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda desteklenmektedir. Rapor satın alma.

FUAR YILI	ORGANİZATÖRLERİN TANITIM FAALİYETLERİNİN DESTEKLENMESİ			FİRMALARIN YURT DIŞI FUAR KATILIMLARININ DESTEKLENMESİ		
	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlarda İlave Tanıtım Projesi	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Prestijli Fuarlar
2017	320.000	500.000	320.000	50.000	75.000	250.000
2018	363.000	568.000	363.000	56.000	85.000	284.000

Yurt dışı Tanıtım desteği

Yurt dışı birimi bulunmayan

Ancak, yurt içi marka tescil belgesi bulunması ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip olunması ya da marka tescili için başvurulmuş olması koşuluyla;

* Şirketlerin ürünleriyle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştireceği reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri % 60 oranında ve yıllık en fazla 250.000 \$'a kadar desteklenir.

Tanıtım faaliyetinin birden çok dilde yapılması durumunda; prodüksiyon harcamalarına ilişkin düzenlenen sözleşmede prodüksiyona konu tanıtımın hangi ülkelerde kullanılacağını belirtmesi gerekmektedir. Tanıtım filmine ilişkin prodüksiyon giderleri, söz konusu tanıtım filminin yurtdışında yayınlandığının tevsik edildiği durumda desteklenir.

Bir ürüne veya markaya karşılık tüketicinin tepkisinin anlaşılmasının hedeflendiği pazarlarda en fazla 3 ay için kurulan perakendecilik yöntemi olan geçici (pop-up) mağazacılık kapsamında; kira, organizasyon ve pop-up'a özgü diğer tanıtım giderleri desteklenir.

Desteğin Süresi

Her bir şirket/işbirliği kuruluşu birime ve/veya marka tescile bağlı olarak en fazla 4 (dört) yıl süresince tanıtım desteğinden yararlanabilir.

Yurt dışı Marka tescil faaliyetleri desteği

- › Yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının
- › Yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri,
- › % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 \$'a kadar desteklenir.

Desteklenen giderler

a) Yurt dışında tescil ettirilmesine ilişkin marka/patent bürosu hizmet, danışmanlık giderleri, markanın o ülkede başka bir şirket adına tescil ettirilip ettirilmediğine ilişkin olarak yapılacak araştırma, inceleme vb. bütün zorunlu giderleri

b) Yurt dışında tescil ettirilmiş markalarının korunmasına ilişkin avukatlık vb. giderleri

Marka tescil desteği verilebilmesi için yurt dışı marka tescil başvurusunun yapılmış olması yeterlidir. Marka yenileme giderleri destek kapsamında değildir.

Desteğin Süresi

Şirketler, marka tescili ve korunmasına yönelik destekten en fazla 4 (dört) yıl süresince yararlanabilir.

SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI DESTEKLERİ

Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı

Ülkemizde yerleşik işletmelerce teknolojik ürünlerin seri üretimine yönelik gerçekleştirilecek yatırımların desteklendiği bir destek programıdır. Bu kapsamda seri üretimi yapılacak teknolojik ürünlerin şu kriterlerden birini sağlaması gereklidir:

- Türkiye veya yurtdışındaki kamu kurum ve kuruluşları ile kanunla kurulan vakıflar veya uluslararası fonlar tarafından desteklenen, sanayiye yönelik AR-GE ve yenilik projeleri sonucu ortaya çıkan teknolojik ürünler.
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nde başlatılıp sonuçlandırılan AR-GE ve yenilik projeleri sonucunda ortaya çıkan ve patenti alınan teknolojik ürünler.
- Özkaynaklar kullanılarak yapılan AR-GE faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan ve patenti alınan teknolojik ürünler.

Programa başvuru yapılabilecek öncelikli teknoloji alanları Bakanlık tarafından ilan edilmektedir.

Başvuru yapabilecekler

- *En fazla 5 yıl önce yurtiçi veya yurtdışında Ar-Ge ve yenilik projesini başarıyla tamamlamış olanlar,
- *Yurtiçinde veya yurtdışında özkaynaklar kullanılarak ortaya çıkan teknolojik ürüne ait, "İncelemeli Patent Belgesi" almış olanlar,
- *En fazla 12 ay önce TGB'lerde yatırım izni ve/veya teknolojik ürün özelliği taşıdığına dair olumlu rapor alanlar,

Teknoyatırım programından istifade edebilirler.

Desteklenen Yatırım Türleri

› Komple Yeni Yatırım

Tamamen yeni makine-teçhizat, yapılaşması tamamlanan yatırım alanı ve mevcut tesisten bağımsız altyapıyı içeren yatırımlar.

› Ürün Çeşitlendirmeye Yönelik Yatırım

İlave makine-teçhizat, mevcut tesis ile ortak altyapı ve farklı nihai teknolojik ürün çıktısını içeren yatırımlar.

Destek üst sınırları

Büyük işletmelerde; 2 milyon TL

Orta büyüklükteki işletmelerde; 10 milyon TL

Küçük işletmelerde; 10 milyon TL



Başvuru tarihleri

Programa yılda bir veya birden fazla dönemde bütçe imkanları dahilinde başvuru alınabilmektedir. Başvuru tarihleri Bakanlık internet sitesinden ilan edilmektedir.

Destek süresi

Makine ve Teçhizat Destek unsurunda 36 ay (ihtiyaç duyulması halinde bir defaya mahsus 6 aya kadar ek süre verilebilir),

Kredi Faiz Desteği unsurunda 36 ay,

İşletme Gideri Destek unsurunda 1 yıldır.

Destek Unsurları

Makine ve Teçhizat Desteği

Ana makine-teçhizat, yardımcı makine-teçhizat, taşıma ve sigorta, montaj ve fizibilite raporu gideri harcamalarını kapsamaktadır.

Bu destek unsurundan, büyüklüğünden bağımsız olarak tüm işletmeler yararlanabilmektedir.

Yatırım proje tutarının 10.000.000 TL'ye kadar olan kısmı, yatırım harcamaları olarak desteklenir.

Yatırım harcamaları üzerinden işletmelere en fazla aşağıdaki oranlar kadar geri ödemesiz destek sağlanır.

a) İthal alımlarda; Büyük işletmelere % 10 Orta büyüklükteki işletmelere % 30 Küçük işletmelere % 40

b) Yerli alımlarda; Büyük işletmelere % 20 Orta büyüklükteki işletmelere % 40 Küçük işletmelere % 50

Kredi Faiz Desteği

- 50.000.000 TL'ye kadar olan projelere sağlanmaktadır.
- 10.000.000 TL'ye kadar olan yatırım projeleri için alınacak kredinin faizi,
- Bakanlık tarafından belirlenen puanın tamamı kadar,
- 10.000.000 TL'den büyük olan yatırım projeleri için alınacak kredinin faizi ise,
- Bakanlık tarafından belirlenen puanın yarısı kadar desteklenir.
- Bu destek unsurundan sadece küçük ve orta büyüklükteki işletmeler yararlanabilir.

İşletmelere sağlanacak faiz destek üst limiti 10.000.000 TL dir.

Yalnızca kredi faiz destek unsurundan yararlanan işletmelere ek süre verilmez.

Makine ve teçhizat desteği ile kredi faiz destek unsurlarının her ikisinden de yararlanmak isteyen işletmenin, öncelikle makine ve teçhizat destek unsurundan yararlanmış ve tamamlama belgesini almış olması şarttır.

Yalnızca kredi faiz destek unsurundan yararlanan işletme, makine ve teçhizat destek unsurundan yararlandırılmaz.

İşletme gideri desteği

İşletme dönemine ait giderler en fazla 1 yıl süresince ve en fazla %75 oranında desteklenmektedir. Söz konusu giderler şunlardır:

- Üretim amaçlı yıllık enerji gideri
- Yıllık istihdam edilen personel için brüt asgari ücret tutarı
- Yıllık kira gideri

Bunların yanı sıra, teknoloji, AR-GE, yenilik konularında yurtiçi / yurtdışı işbirliklerini koordine yeteneğine sahip nitelikli personelin maaşının brüt asgari ücret tutarı da 2023 yılına kadar bu kapsamda desteklenmektedir.

Bu destek unsurundan sadece küçük işletmeler yararlanabilir.

Cosme Programı

İşletmelerin ve KOBİ'lerin Rekabet Edebilirliği Programı (COSME) Avrupa Birliği tarafından 2014 – 2020 yılları arasında uygulanmaktadır.

Programın amaçları:

KOBİ'lerin finansmana erişiminin artırılması, pazarlara erişiminin iyileştirilmesi, çerçeve koşulların geliştirilmesi ve girişimciliğin teşvik edilmesidir.

Program bütçesi: 2,3 milyar Avrodur.

KOSGEB programın ulusal koordinasyonunu yapmaktadır.

Finansmana erişim bileşeni kapsamında, KOBİ'lerin esnek ve kolay şartlarla kredi teminatlarına erişimini sağlayan kredi garantilerinin yanı sıra risk sermayesine erişimlerinin sağlanması amaçlanmaktadır.

Finansmana erişim bileşeni ile KOBİ'ler uygun ve esnek şartlarda kredi garantilerine ve risk sermayesine erişebilirken, bu desteklerin sağlanmasına aracılık eden finans kurumları ise sağladıkları krediler ve risk sermayesi bağlantılı oluşabilecek zararları Avrupa Yatırım Fonu kanalıyla telafi edebilmektedir.

Finansal aracı kuruluşlar (bankalar, kredi garanti kuruluşları, faktoring, leasing kuruluşları, fon kuruluşları gibi) açık çağrılar kapsamında Avrupa Yatırım Fonuna proje başvurusu yapmaktadırlar. Sunulan projelerin nihai yararlanıcısı KOBİ'lerdir.

Projeler ile sunulan garantiler/kontrgarantiler ve risk sermayesi ile finansal kuruluşlar daha fazla KOBİ'ye erişmekte, daha fazla KOBİ kredi finansmanına ve risk sermayesine ulaşmaktadır.

Ufuk 2020 Programı

Avrupa Birliği'nin bilimsel ve uygulamalı araştırma, geliştirme ve inovasyon projelerine destek olmak üzere oluşturduğu Ufuk 2020 (Horizon 2020) Hibe Programı, dünyanın en yüksek bütçeli hibe programıdır. Avrupa'nın bilim, teknoloji ve politika uygulamalarının uyumlaştırılması amacıyla başlatılan Ufuk 2020, Avrupa'nın araştırma ve teknoloji geliştirme kapasitesini güçlendirmek, üniversite-sanayi işbirliğini teşvik etmek, AB ülkeleri, AB aday ülkeleri ve AB'nin işbirliği yaptığı ülkelerle AB politikalarına ilişkin farklı alanlarda işbirliğini geliştirmek amacıyla yürütülmektedir. AB Ufuk 2020 Hibe Programı, uluslararası ortaklıklar yolu ile geleceğin teknolojilerine yön vermeyi hedeflemektedir.

Avrupa Birliği'nin Ufuk 2020 Araştırma ve İnovasyon Çerçeve Programı, 2014-2020 yılları arasını kapsayan bir hibe programı olup toplam bütçesi €80 milyar Euro'dur. Türkiye'nin €451 milyon Euro katılım payı vererek dâhil olduğu AB Ufuk 2020 Hibe Programının, ülkemiz araştırmacılarına yeni ufuklar açması beklenmektedir. Açılan proje çağrılarına Türkiye'den üniversiteler, akademisyenler, araştırma merkezleri, büyük sanayi kuruluşları, KOBİ'ler, Ar-Ge merkezleri, bilim insanları, sivil toplum kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, TGB'ler, TTO'lar, kalkınma ajansları, teknoloji tabanlı girişimciler, uluslararası örgütler ve bireysel araştırmacılar hibe başvurusunda bulunabilmektedir.

KOBİ Aracı

KOBİ Aracı ile birlikte KOBİ'lerin inovasyon potansiyelinin geliştirilmesine destek verilerek yeni fikirlerin hızlı ve etkin bir şekilde pazara aktarılması amaçlanmakta ve uzun vadede ise Avrupa'nın endüstriyel rekabetçiliğinin artması, ekonomik büyüme ve istihdam olanaklarının artırılması amaçlanmaktadır.

KOBİ Aracı, KOBİ'lerin katılımını artıracak şekilde basitleştirilerek üç aşamalı bir yapıya kavuşturulmuştur.

KOBİ Aracı'nın Özellikleri

- › Sadece KOBİ'lerin katılımına açık olacaktır.
- › Her sektörden inovatif KOBİ'lerin Ar-ge ve inovasyon faaliyetlerine destek verilmektedir.
- › Ufuk 2020 Programı Çok Uluslu Araştırma ve İnovasyon İşbirliği Destekleri altında yer alan teknolojik alanlara vurgu yapmak koşulu ile konu bağımsızdır.
- › Tek başına KOBİ'lerin konsorsiyum kurmadan başvuru yapabilmelerine olanak sağlamaktadır.
- › İnovatif fikirlerin destekleneceği rekabet yoğun bir programdır.

KOBİ Aracı programı bütçesi

Konu başlıkları, Çağrı kodu, Bütçe (milyon Avro)

Faz 1. Kavram ve Fizibilite Değerlendirmesi

Avrupa Birliği, KOBİ'lerin inovasyon projeleri kapsamında fizibilite çalışmaları yapmaları amacıyla 50,000 Avro destek sağlamaktadır.

KOBİ'lerin başvuru yapabilmesi için 10 sayfalık bir iş planı hazırlaması yeterlidir.

Faz-1 değerlendirmeleri tamamen uzaktır. Mülakat aşaması yoktur.

Faaliyetler:

Kavram Fizibilitesi

Risk Değerlendirmesi

Fikri Mülkiyet Hakları'nın İncelenmesi

Ortak Arama

Pazar Analizi

İnovasyon Stratejisi Geliştirme

Çıktı: Detaylı İş Planı

Proje Süresi: 3-6 Ay

Faz 1 desteği alan firmalara koçluk verilecektir.

Faz 2. Demonstrasyon, Pazar Uygulamaları, Ar-Ge

Bu fazda, KOBİ'lere inovasyon projeleriyle ilgili demonstrasyon, test, pilot uygulama, ölçeklendirme vb. detaylı çalışmalar için 0.5 Milyon Avro ile 2.5 Milyon Avro arasında destek sağlanmaktadır. KOBİ'lerin başvuru yapabilmesi için 30 sayfalık daha detaylı bir iş planı hazırlaması yeterlidir.

Faz 2'ye doğrudan başvuru yapılabilmektedir. Ancak öncelikle Faz 1'e başvurulması önerilmektedir.

Faaliyetler

- Detaylı İş Planı
- Geliştirme
- Prototip Üretimi
- Test
- Minyatürleştirme
- Büyütme
- Pazar Uygulamaları
- Araştırma





Çıktı: Yatırımcı-Hazır İş Planı

Proje Süresi: 12-24 Ay

Faz 2 desteği alan firmalara koçluk verilecektir.

Faz 3. Ticarileştirme

Faz 1 ve **Faz 2**'de desteklenen projelerin pazara sunulabilir bir ürün olma aşamasında destek, eğitim, mentörlük ve finansmana erişim destekleri sağlanmaktadır.

Ağ oluşturma ve koçluk destekleri Avrupa İşletmeler Ağı (Enterprise Europe Network - EEN) tarafından temin edilmektedir.

Bu fazda Avrupa Birliği tarafından doğrudan sağlanan herhangi bir maddi destek bulunmamaktadır.

Faz 3'e doğrudan başvuru yapılmamaktadır.

Risk Finansmanına Erişim

Faz 3 kapsamında gerçekleştirilen risk finansmanına erişim destekleri, firmaların çeşitli finansal enstrümanlardan yararlanması adına Avrupa Yatırım Bankası ve Avrupa Komisyonu tarafından Innovfin programı ile yürütülmektedir. Ayrıca, Avrupa İşletmeler Ağı aracılığıyla firmalara yerel ve ulusal finansmana erişim konusunda bilgi sağlanmaktadır.

DİĞER FİNANSAL KAYNAKLARDAN GELİR YARATMA OLANAKLARI

// Banka kredileri

Türkiye’de 47 adet devlet, özel yerli veya özel yabancı banka bulunmaktadır. KOBİ’lerin bankacılık sisteminden aldığı kredilerin payı %4’lerden %24’e çıkmıştır. 2017 yılında bankacılık sistemi tarafından kullanılan toplam 2 trilyon 135 milyar liralık kredinin 513 milyar liralık bölümünü KOBİ’ler kullanmıştır. Bankacılık sistemi ağırlıklı olarak teminata dayalı kredi kullandırmakta olup projeye ve firma itibarına dayalı kredi uygulamaları yaygınlaşmamıştır. KOBİ’ler ise teminat konusunda zorlandıklarından banka kredilerinden yararlanma olanakları sınırlı kalmaktadır. Banka kaynaklarına erişebilen KOBİ’ler ise diğer firmalara kıyasla daha yüksek faiz oranları ödemek durumundadırlar.

// Kredi türleri

Niteliklerine göre kredi türleri;

- Nakit krediler örneğin işletme kredileri
- Nakit dışı krediler örneğin teminat mektupları

Teminatlarına göre kredi türleri;

- Teminatlı örneğin kredi güvencesi olarak ticari senetlerin bankaya verilmesi
- Teminatsız örneğin yalnızca kredi kullananın sözleşmeye imzasını atması

Vadelerine göre kredi türleri;

- Kısa vadeli (en fazla bir yıl vadeli)
- Orta vadeli (1 – 5 yıl vadeli)
- Uzun vadeli (5 yıldan uzun vadeli)

Kullanım amaçlarına göre;

- Yatırım kredileri
- Yenileme ve modernize etme kredileri
- İşletme kredileri
- Tüketim kredileri



Kullanıldıkları alanlara göre;

- Sanayi kredileri
- Tarım kredileri
- Turizm kredileri
- Enerji ve bağımlılık kredileri
- İç ticaret ve
- Dış ticaret kredileri
- Fiyatlandırma özelliğine göre;

** Sabit faizli, diğer bir deyişle kredi kullanım süresince faiz oranı değişmeyen krediler

** Değişken faizli diğer bir deyişle kredi kullanım süresince Pazar koşullarına bağlı olarak faiz oranları değişebilen krediler OLARAK GRUPLANDIRILABİLİR.

// KOBİ Kredileri

HALKBANK

Halkbank'ta her türlü üretim ya da bakım-onarım faaliyetinde bulunan imalat ve tarıma dayalı sanayi işletmelerine kullandırılan kredilerde %5 BSMV istisnası uygulanmaktadır.

Halkbank imalatçı KOBİ'lere farklı kredi seçenekleri sunmaktadır.

İmalatçı KOBİ firmalarına işlerini büyütmek için gerekli olan ham ve yardımcı madde temini, makine ekipman alımı, ile diğer işletme giderlerinin finansmanı için "İmalat Sektörü Destek Paketi" kapsamında ödemesiz dönemli, uzun vadeli, işletme ve yatırım kredileri kullandırılmaktadır.

Banka kaynaklı orta ve uzun vadeli proje kredisi

Firmaların, yatırım, işletme sermayesi vb. ihtiyaçlarının karşılanması ve bu kapsamda geliştirmeyi tasarladıkları projelerinin desteklenmesi amacıyla kullandırılmaktadır.

Kredinin Özellikleri:

➤ Kredi, yatırım kredisi olarak 3 yılı ödemesiz dönemli toplam 10 yıl vadeli ve işletme kredisi olarak da 1 yılı ödemesiz dönemli toplam 5 yıl vadeli olarak kullandırılabilir.

➤ Faizler, sabit, değişken veya Trlibor, Libor ve Euribor'a endeksli olarak belirlenir ve ödemesiz dönem de dahil olmak üzere

3 veya 6 ayda bir tahakkuk ve tahsil edilir.

Kredi, TL veya YP olarak kullandırılabilir.

➤ Kredinin üst limiti işletme kredilerinde firma kredi değerliliğine göre, yatırım kredilerinde ise proje bazında belirlenir.

Makine alım kredisi

KOBİ'ler Makine Alım Kredisi ile yurt içi ve yurt dışından makine alımına yönelik finansman ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. TL/USD/EUR olarak, nakit akışına uygun geri ödeme seçenekleri ve uzun vade imkanları tanınmaktadır.

Ticari gayrimenkul alım kredisi

Ticari Gayrimenkul Alım Kredisi, fabrika binası, imalathane gibi üretim binası alımlarında ya da ticari amaçlı gayrimenkul alımlarında kullanılmakta olup ödemesiz dönem imkanı ve 10 yıla varan vade imkanları tanınmaktadır.

Avrupa Yatırım Bankası Büyüyen Anadolu KOBİ kredisi

Halkbank'ın Avrupa Yatırım Bankası ve Avrupa Yatırım Fonu işbirliği kapsamında sunduğu ortak kredi programıyla belirlenmiş olan sektörler kapsamında 43 ilde bulunan KOBİ'lere bu kredi imkanı vardır.

İşletme kredileri için bu kredinin üst limiti 500.000 EURO'dur. Türk Lirası ve yatırım kredilerinde kullanılmak için karşılığı 1.000.000 EURO'dur. Kullanılacak olan kredinin, işletme kredileri için 4 yıl, yatırım kredileri içinde 5 yıla varan vadeleri bulunmaktadır.

Dünya Bankası KOBİ kredisi

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) finansman ihtiyacının karşılanması amacıyla "Dünya Bankası KOBİ Finansman Projesi" kapsamında 100.000.000 AVRO tutarında kaynak temin edilmiştir.

Bu proje ile Dünya Bankası kaynağı vasıtasıyla KOBİ'lerin büyümelerini desteklemeyi, büyük firmalar ile KOBİ'ler arasındaki açığın ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

TÜRKİYE KALKINMA BANKASI

İslam Kalkınma Bankası tarafından Türkiye Kalkınma Bankası aracılığı ile KOBİ'lere tahsis edilen krediler

Yatırım Teşvik Belgesine sahip yatırımcıların belge kapsamında yerli ve ithal makine-teçhizat alımlarının ve bu makine-teçhizatla ilgili montaj hizmetlerinin finansmanıdır.

Bu krediden Yatırım Teşvik Belgesinde yatırımın finansmanı bölümünde kendilerine bir dış kredi öngörüsü yapılan yatırımcılar yararlanabilir.

Kredilendirme Limiti En az 500.000 USD, En fazla 10.000.000 USD dir.

Kredilendirme Oranı Proje Değerlendirme sonucuna göre belirlenir. Makine teçhizat bedelinin %100'ü kredilendirilebilmektedir.

Vadesi 1-3 yıl ödemesiz dönem dahil 5-10 yıldır.

Faiz Oranı: 6 aylık Libor + 3.5-4.0

Avrupa Yatırım Bankası kaynaklı KOBİ geliştirme kredisi

KOBİ'lerin yapacakları yatırımların yurt içi ve yurt dışı harcamalarının finansmanında kullanılır.

Krediden Net sabit aktif büyüklüğü 75 Milyon AVRO'dan, çalışan sayısı 500 kişiden, az olan sanayi (tarımsal sanayi dahil), turizm ve hizmetler (sağlık, eğitim) sektöründe hizmet veren şirketler yararlanabilir.

Kredi Limiti: En az 250.000 AVRO, en fazla 12.500.000 AVRO.

Kredilendirme Oranı: Toplam yatırım tutarının en fazla % 50'si finanse edilebilir.

Vadesi: En az 1 yıl ödemesiz dönem dahil 5 yıl, En fazla 4 yıl ödemesiz dönem dahil 12 yıldır.

Faiz Oranı: 6 aylık- Euribor +2.25

KfW kredisi

KfW kredisi Yatırım teşvik belgesine sahip yatırımcıların belge kapsamında Almanya'dan ithal edecekleri Alman orijinli makine-teçhizat alımları ve bu makine-teçhizatla ilgili montaj hizmetlerinin finansmanında kullanılır.

Kredi Limiti: En az 500.000 Avro dur.

Kredilendirme Oranı: Makine teçhizat ve ilgili montaj hizmetlerinin en fazla %85'inin finansmanı sağlanabilir.

Vadesi: Makine-teçhizat montajından itibaren 6 ay ödemesiz dönem dahil toplam 5 yıldır.

Faiz Oranı: KfW maliyeti (3 yıllık CIRR)+2.75 (sabit)

TÜRKİYE İHRACAT KREDİ BANKASI (EXİMBANK) KREDİLERİ

Türk Eximbank, ihracatçıları, ihracata yönelik üretim yapan imalatçıları ve yurt dışında faaliyet gösteren girişimcileri kısa, orta, uzun vadeli nakdi ve nakit dışı kredi programları ile desteklemektedir. Ayrıca, vadeli satış işlemlerini teşvik etmek ve bu yolla ihracat hacmini artırmak, yeni ve hedef pazarlara girilmesini kolaylaştırmak amacıyla vadeli ihracat alacaklarını iskonto etmektedir.

Türk Eximbank'ın Amacı

- › İhracatın geliştirilmesi,
- › İhraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi,
- › İhraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması,
- › İhracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması ve
- › Girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması,
- › İhracatçıları ile yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve
- › Yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence kazandırılması,
- › Yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesidir.

AVRUPA YATIRIM BANKASI KAYNAKLI KREDİLER

Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank) ile Avrupa Yatırım Bankası (AYB) arasında imzalanan Kredi Anlaşması çerçevesinde; sanayi, turizm ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) ihracata ve döviz kazandırıcı hizmetlere yönelik olarak yurt içinde gerçekleştirecekleri yatırım projeleri (yeni yatırım, tevsi ve modernizasyon) ile işletme sermayesi ihtiyaçlarının finansmanı amaçlanmaktadır.

Krediden yararlanabilecekler:

Bu krediden, ihracat amaçlı veya döviz kazandırıcı faaliyetlerde bulunan Türkiye’de yerleşik KOBİ vasfına haiz özel sektör firmaları yararlanabilir.

Kredi Limiti:

Program kapsamında tutarı 25 milyon Avro’yu geçmeyen projeler kredilendirilecektir. Firma limiti 12,5 milyon Avro’dur .

Kullanılacak kredinin tutarı ve vadesi, projenin toplam yatırım tutarına, yaratacağı nakit akımına, firmanın ihracat işlemlerine sağlayacağı katkıya ve muhtemel özkaynak katkısı dikkate alınarak Türk Eximbank tarafından belirlenir.

Kredi, harcama belgeleri karşılığında; İhracatın / döviz kazandırıcı hizmetlerin finansmanı veya İhracat amaçlı yatırımlar için yerel piyasalardan sağlanacak ya da ithal edilecek makine harcamaları için kullanılır.

Kredi programı kapsamında finanse edilecek mal ve hizmet alımlarının AYB Satın Alma Kılavuzuna uygun olması gerekmektedir.

Projelerin, ülkemiz ve Avrupa Birliği çevre mevzuatına uygun olması şartı aranmaktadır. Arsa alımı vb. amaçlı kısa vadeli finansman ihtiyaçları ve hisse senedi alımı benzeri tamamen finansal amaçlı işlemler bu kredi kapsamında finanse edilmez.

Kredi teminatları:

Türk Eximbank tarafından kullanılacak krediye ilişkin geri ödeme ve ihracat taahhüt yükümlülüklerinin yerine getirilmemesi durumunda oluşabilecek azami risk tutarının asgari %100’ü oranında asli teminat tesis edilir.

Krediye ilişkin asli teminatlar;

Süresiz veya kredi süresi ile uyumlu kesin banka teminat mektubu. Teminat mektuplarının vade sonunda uzatılması koşuluyla en az 15 ay vadeli olarak Türk Eximbank’a iletilmesi de mümkündür.

Devlet İç/Dış Borçlanma Senedi,

KGF Kefaleti

ALMAN YATIRIM BANKASI KREDİLERİ

Alman Yatırım Bankası (KfW) KOBİ kredileri vermektedir. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB) bu kredide aracı banka rolü oynamakta, krediyi hissedarı olan 3 banka (Akbank, Vakıflar Bankası ve İş Bankası) aracılığı ile kullandırmaktadır.

Kredi, KfW tarafından seçilen 51 ilde yer alan imalat sanayisinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yatırım projelerinin ve/veya işletme sermayelerinin finansmanında kullanılmaktadır.

Kredi tutarı ortalama 100.000 €, en fazla 200.00 € dur.

Kredinin vadesini ticari banka belirlemektedir.

DÜNYA BANKASI ULUSLARARASI FİNANS KURUMU (IFC) KREDİLERİ

IFC, gelişmekte olan ülkelerde, kredi, öz sermaye sağlanması, danışmanlık hizmetleri gibi hizmetler aracılığı ile özel girişimi ve devletleri destekleyen, Dünya Bankası'na bağlı bir tüzel kişiliktir. 2009 yılı itibarıyla 179 üye ülkenin sahibi olduğu IFC, Dünya Bankası Grubu'nun diğer kuruluşları ile eşgüdümlü bir şekilde faaliyetlerini yürütür ancak yasal ve mali açıdan bağımsız bir kuruluştur.

Gerçek ve tüzel kişiler ile hükümetler başvuruda bulunabilir.

Bir projenin IFC tarafından finanse edilebilmesi için projenin;

- › Yatırımcı için karlı,
- › Kaynağı alan ülke ekonomisi için faydalı ve
- › Sosyal ve çevresel politikalar ile uyum içerisinde olması gerekmektedir.

IFC 1 milyondan 100 milyon dolara kadar değişen bir miktarda fon sağlamaktadır. Ancak, yatırımcının katılımını garanti etmek için projenin tahmin toplam maliyetinin %25'inden fazlası finanse edilmemektedir.

IFC fonları yararlanmak için standart bir başvuru formatı bulunmamakla birlikte bir başvurunun en az aşağıdaki başlıkları içermesi gerekmektedir:

- › Projenin kısa bir tanımı,
- › Varsa sponsorlara ilişkin bilgi, projenin nasıl yönetileceğine ilişkin bilgi, yöneticilerin özgeçmişleri,
- › Pazar yapısı ve satış,
- › Teknik fizibilite, iş gücü ihtiyacı, hammadde kaynakları, çevresel konular,
- › Yatırım gereksinimleri, projenin finansman yapısı, yatırımın geri dönüş süresi,
- › Devlet desteği, düzenlemeler,
- › Proje uygulama zaman tablosu

Öte yandan;

- › Başvurunun gelişmekte olan ve IFC üyesi ülkelerden birinden yapılıyor olması,
- › Özel sektör kuruluşlarına ait olması,
- › Teknik olarak iyi ifade edilmiş olması,
- › Karlı olması,
- › Yerel ekonomiye katkı sağlayacak olması,
- › Çevresel ve sosyal açıdan, başvuru sahibi ülkenin olduğu kadar, IFC'nin de çevresel ve sosyal standartlarını karşılıyor olması gerekmektedir.

KREDİ GARANTİ FONU

KREDİ GARANTİ FONU (KGF), teminat yetersizliği nedeniyle kredi alamayan KOBİ'lere ve KOBİ dışı işletmelere kefil olmak amacıyla kurulmuş bir fondur. KGF, KOBİ'lerin ve KOBİ dışı işletmelerin finansmana erişimine destek olur. Kuruluşunda KOSGEB %29,1, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği %29,1 ve çeşitli bankalar %41 oranında pay almıştır.

Kredi Garanti Fonunun Amacı

- KOBİ'lerin finansa erişimini kolaylaştırmak,
- KOBİ'lerin kayıt içine alınmasını sağlamak,
- KOBİ'lerin toplam krediler içindeki payını yükseltmek,
- KOBİ'lerin rekabet gücünü artırmak,
- KOBİ'lerin kayıt dışı piyasalar yerine Bankalardan borçlanmasını teşvik etmek.

KAYNAKÇA

Aaron Levine, Eric Li, Jithu Jose, Vaisakh Mani, Accharge: Portable Cell-Phone Charger

About Nordic Swan Ecolabelled Rechargeable batteries and portable chargers Nordic Ecolabelling

Akıllı Telefon Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma Serkan Ada, Hasan Sadık Tatlı K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Kahramanmaraş

Analysis of material and energy consumption of mobile phones in China , Jinglei Yu

Andrew Hefner Antonio Magdaleno, Cell Phone Charger for the DC House Project, California Polytechnic State University, 2012.

Android Mutfağından Seçmeler - Kolektif Abaküs Kitap

Anurag Kumbhraj, Nauman Jaffar, Independent Market Research:Global / Canadian Mobile Phone Accessories Analysis & Recommendations, 2015.

BUSINESS MODEL ANALYSIS APPLIED TO MOBILE BUSINESS Giovanni Camponovo, Yves Pigneur The University of Lausanne Email: Giovanni.Camponovo@hec.unil.ch, Yves.Pigneur@hec.unil.ch

CEP TELEFONU SATIŞLARI EKONOMİYE YÜK , Elektrik Mühendisliği 2016 Temmuz • Sayı-457

Comparative life cycle assessment of smartphone reuse: repurposing vs. refurbishment

ELEKTRONİK SANAYİNİN DURUMU ve GELECEĞİ , Hasan Şahin

FACTORS AFFECTING SALES PERSON'S PERFORMANCE IN TURKEY SMARTPHONE MARKET Fehim DÜZGÜ Final Report

http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/mihalis_kuyucu_-_genclerde_akilli_telefon_kullanimi_ve_akilli_telefon_bagimliliği_sorunsali_akilli_telefonkolik_universite_gencligi_1.pdf

http://www.kerala.gov.in/dept_planning/er/chapter3.pdf, Erişim Tarihi: 21.11.2018.

<http://yatirimci.turkcell.com.tr/2015/sektorel-ve-finansal-bilgiler-turkiye-telekom-sektoru>

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/01/sektorel-bakis-telekomunikasyon.pdf>

<https://temax.gfk.com/reports/>, Erişim Tarihi: 21.11.2018

<https://velocity.us/2015-phone-battery-statistics/>, Erişim Tarihi: 21.11.2018.

<https://www.aa.com.tr/en/economy/turkey-mobile-phone-imports-up-26-percent/30890>

<https://www.gfk.com>, Erişim Tarihi: 21.11.2018

<https://www.gfk.com/tr/>

<https://www.pwc.com.tr/tr/sektorler/telekomunikasyon/yayinlar.html>

<https://www.statista.com/statistics/674177/battery-charger-sales-value-worldwide/>, Erişim Tarihi: 21.11.2018.

<https://www.ticaret.gov.tr>

<https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/bilgiveiletisimweb%20.pdf>

Intangible assets and value capture in global value chains: the smartphone industry Jason Dedrick, Syracuse University* Kenneth L. Kraemer, University of California, Irvine**

K. BÜYÜKKOL, Elektrikli Teçhizat Sektörü Raporu, T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Risk Yönetimi Ve Kontrol Genel Müdürlüğü Ekonomik Analiz Ve Değerlendirme Dairesi, 31.12.2013 Ankara.

Mobile application market: A developer's perspective Adrian Holzer , Jan Ondrus

Telekomünikasyon Sektörel Bakış, KPMG, 2018.

The High Cost of Calling Critical Issues in the Mobile Phone Industry Joseph Wilde & Esther de Haan

Trevor Zink & Frank Maker & Roland Geyer & Rajeevan Amirtharajah & Venkatesh Akella

Tri.Net Technology.Inc. U.S.A (China)

Türkiye Ekonomisi ve Yükselişte Olan Sektörler (2013–2022 Yılları Arası Büyüme Trendi Analizi) BESFİN Araştırma Raporu

WORD OF MOUTH EFFECT ON PURCHASE DECISION INVOLVEMENT AND BRAND LOYALTY: AN APPLICATION IN MOBILE PHONE SECTOR, YILDIZ GUVEN DEPREM

