



T Ü R M O B

TÜRKİYE SERBEST MUHASEBECİ MALİ MÜŞAVİRLER
VE YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLER ODALARI BİRLİĞİ
(UNION OF CHAMBERS OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS OF TURKEY)

MUHASEBENİN YENİ
MİSYONU,
MESLEKTE DÖNÜŞÜM,
KURUMSALLAŞMA VE
PAZARLAMA

PROF. DR. CEMAL YÜKSELEN
GN. BŞK. YARD.

Durum
Tespiti...

Mesleğimizde gelişmeler

1

- Yazılımlar muhasebeyi yapıyor, finansal tablo hazırlıyor!
- Yazılımlar denetim raporu hazırlıyor!
- Dijitalleşme işimizi ve iş yapma biçimimizi değiştiriyor!



1/19

Yapay zeka ve teknolojideki ilerlemeler insan gücü ile yapılan pek çok mesleği tehdit ediyor. Üretimin robotlara devredildiği ve yapay zekanın insanların yaptığı pek çok işte kullanıldığı biliniyor.



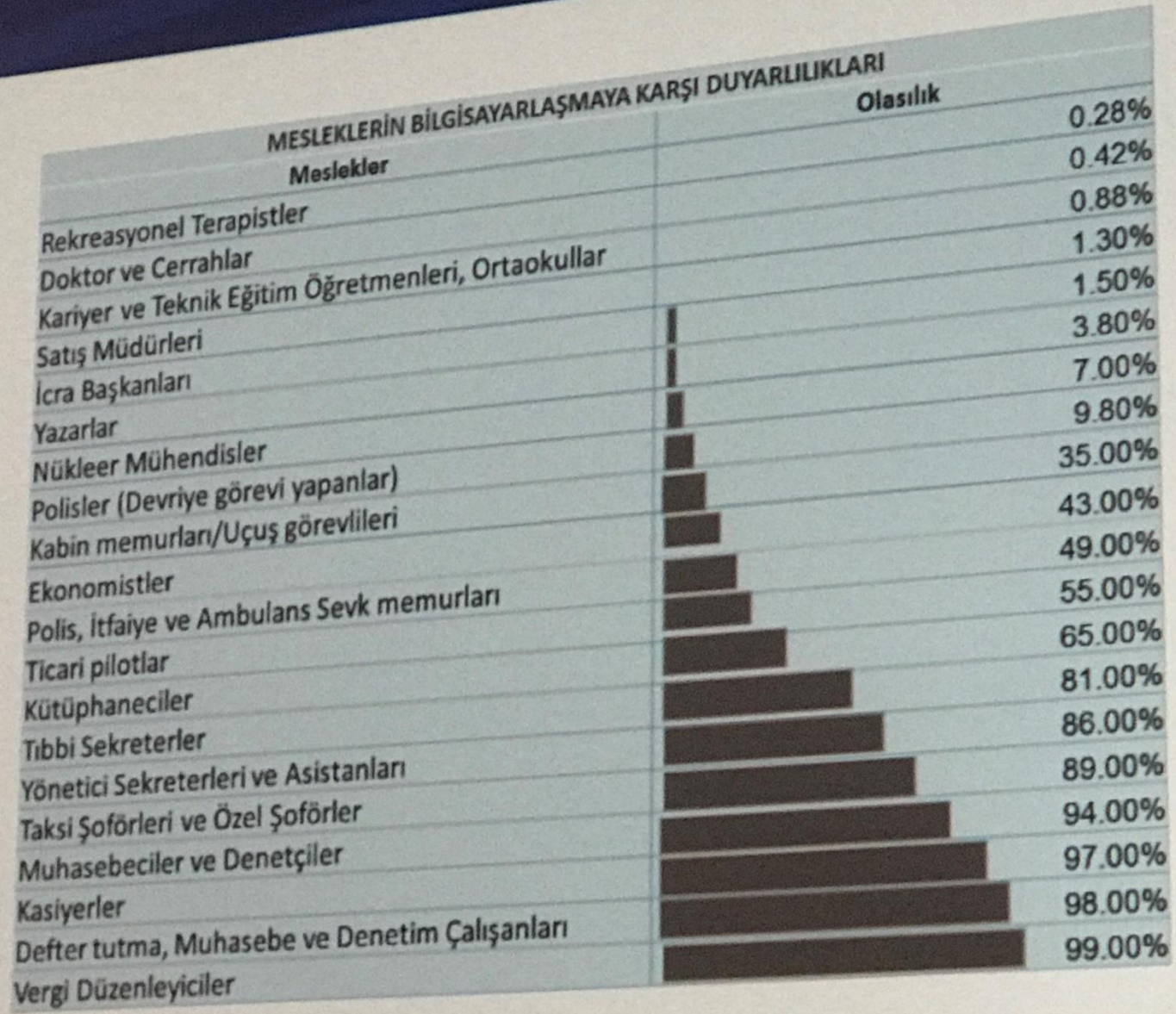
2/19

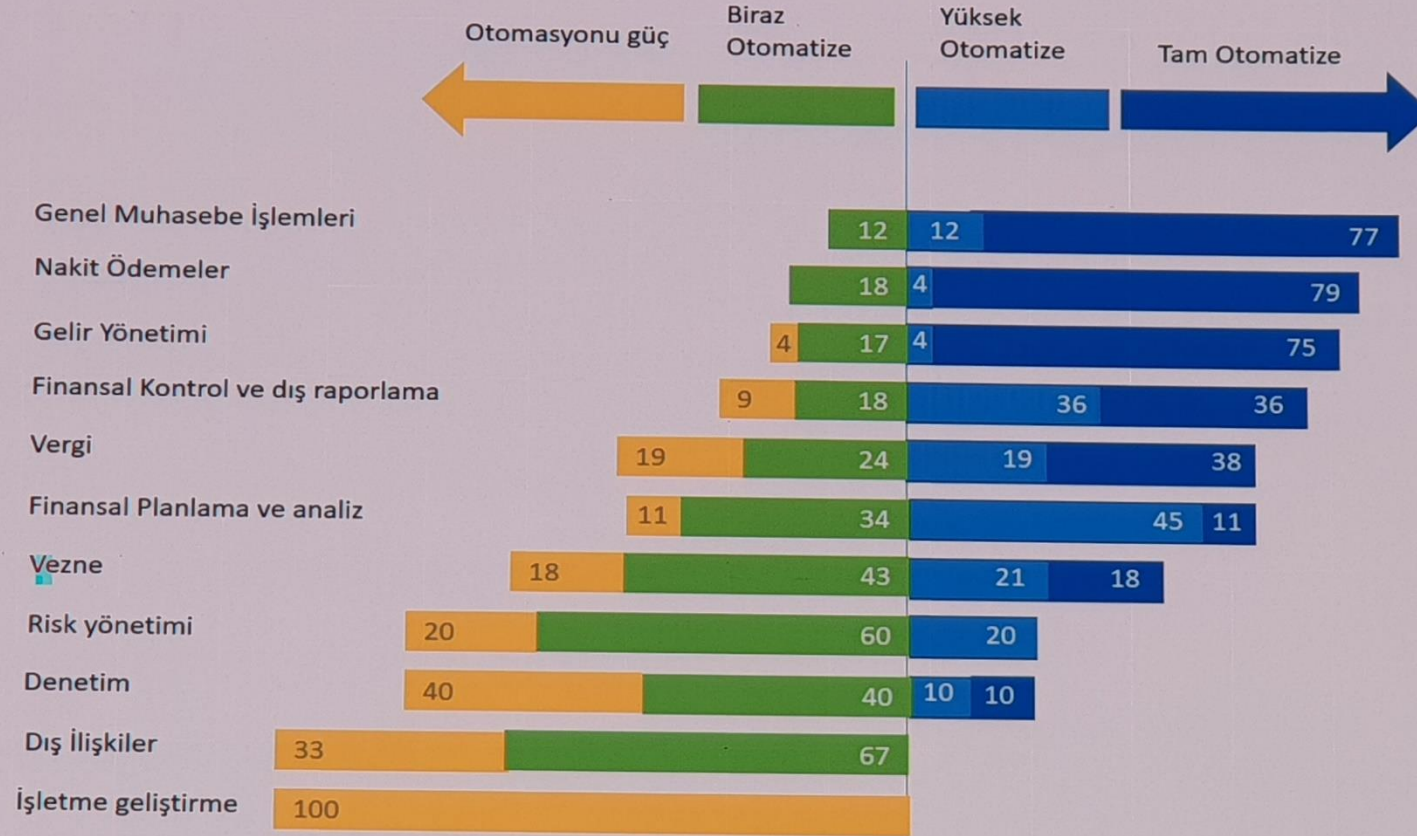
Uzmanlara göre önümüzdeki yıllarda teknoloji giderek artacak ve bazı işler robotlara devredilecek. İşte yakın gelecekte yok olacak meslekler:



3/19

1-Muhasebeciler ve analistler





Tek başımıza iş yapmanın riskleri

Hukuki Yapı	Frekans	%
Tek başıma çalışıyorum	2054	87,2
Şahıs ortaklığı	140	5,9
Limited şirket	48	2,0
Anonim şirket	12	,5
Diğer	102	4,3
Toplam	2356	100,0

- Sağlık sorunu, doğum, vs. mücbir sebep değil!
- Kendimize, ailemize zaman ayıramıyoruz!
- İş yükü ve sorumluluğumuz artıyor!
- Sürdürülebilirliği sağlama sorunumuz var!
- İyi personeli tutamıyoruz!

Mesleğimizde gelişmeler

2

- iyi müşteriye elde tutamıyoruz!
- itibarımızı yükseltme ihtiyacımız var!
- Haksız rekabet!
- Artan sorumluluklarımız dolayısıyla risklerimiz artıyor!

Mesleğimizde gelişmeler

3

- Yeni iş alanları ve uzmanlaşma zorunluluğu
- Bağımsız Denetim ve Türkiye finansal raporlama standartları uygulamaları
- Entegre raporlama
- Risk yönetimi
- Yönetim muhasebesi

iş dünyasında
değişim ve
gelişmeler

- Mali müşavirden
beklentiler değişiyor!
- Mali müşavirden
beklentiler çeşitleniyor!
- İş dünyasının yeni
kuşağında tutum ve
davranışlar farklı!

Müşterinin hizmet kalitesi beklentisi

	Frekans	%
Müşteri kalite sorgulamaz; işin zamanında yapılmasına bakar.	251	10,7
Müşteri kalite sorgulamaz; ücrete bakar.	634	26,9
Müşteri kaliteyi ücret ile dengeler.	242	10,3
Müşteri sürekli daha çok bilgi ve hizmet ister.	632	26,8
Müşterilerim, aldıkları hizmetin kalitesine önem verir.	597	25,3
Toplam	2356	100,0

Önemli Konular

KONULAR	SIRA
Çalışanların SGK işlemlerinin biz atlasak bile mali müşavir tarafından izlenmesi	1
Vergi konularında bilgilendirilmek ve danışmak	2
Muhasebe işlemlerinin zamanında yetiştirilmesi	3
Vergi ödemelerinin son güne bırakılmaması	4
İşletmenin mali durumu hakkında bilgilendirilmek	5
Karın yasal yollardan eritilmesi konusunda yol göstermesi	6
Mizan, mali tablolar ile işletmem hakkında bilgi sahibi olmak	7
Muhasebe kayıtlarından işletmem hakkında bilgi sahibi olmak	8

Ek Beklentiler

İşletmenin riskleri, fırsatları, tehditleri konularında gözlemci olması ve yol göstericiliği
İşletmemin büyümesi ve karını arttırması için yol gösterici olması
Tasarruflarımızı en iyi şekilde değerlendirmede yol gösterici olması
İşyerimi ve işimi geliştirmede yol gösterici olması
Yeni işyeri açma-işyeri kapama konularında danışmanlık yapması
Krediler ve teşvikler hakkında bilgilendirmesi

6,258
SMP¹
KATILIMCISI

24 DİL

% FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ

- Tek başına çalışan meslek mensubu
- 2-5 Ortak & Personel
- 6-10 Ortak & Personel
- 11-20 Ortak & Personel
- 21'den fazla Ortak & Personel



TEMSİL EDİLEN
150
ÜLKE

¹ Küçük ve Orta Büyüklükteki Muhasebe Firmaları (SMP)

BÖLGEYE GÖRE % ORAN

1% AVUSTRALYA/OKYANUSYA

3% KUZEY AMERİKA

3% ORTA DOĞU

6% MERKEZ VE GÜNEY
AMERİKA / KARAYİPLER

12% AFRIKA

36% ASYA

39% ASYA



Önümüzdeki 5 yıl içerisinde küçük bir işletmedeki finans müdürü/muhasebe meslek mensubunun görevinde önemli değişiklikler olacağı beklenmektedir.³



78%

GELENEKSEL MUHASEBE VE FİNANS GÖREVLERİNİ ETKİLEYEN YENİ TEKNOLOJİLERİN TAKİBİ

73%

SİBER GÜVENLİK VE RİSKLERİNİN YÖNETİLMESİ

68%

STRATEJİK KARARLAR ALMAK İÇİN VERİ KULLANIMINA ODAKLANMA

TECHNOLOGY RESOURCES



SMP'ler için Büro Yönetimi Rehberi, 4. Baskı

Bir teknoloji stratejisinin gelişimi, donanım ve yazılım seçenekleri, teknolojik riskler, yeni ve gelişmekte olan teknolojilere ve uygulamadaki yenilikler için geliştirilen teknoloji hakkında yeni bir modeli de içermektedir.

MAKALELER & VİDEOLAR

- Teknoloji Stratejisinin Gelişimi
- Siber Güvenlik: Gözünüzü Dört Açın
- Veri Denetimin Kalitesini Arttıracaktır
- Muhasebe Mesleğinin Değişen Yüzü
- Dijital Çağda Etik Kurallar

TEKNOLOJİ

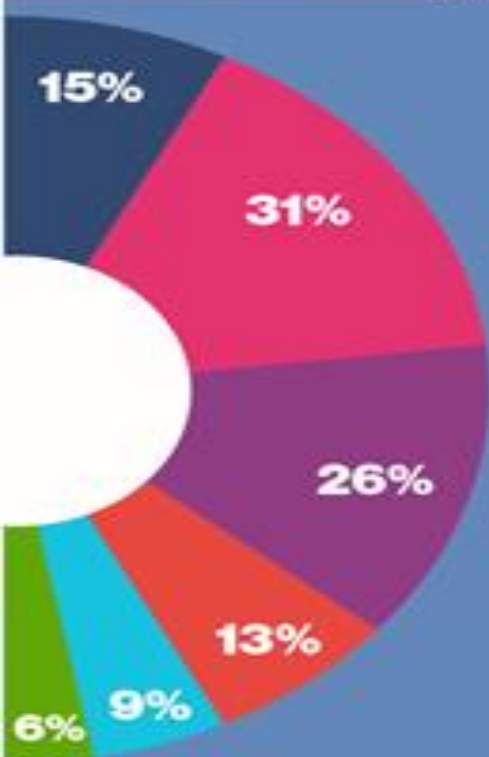


38%

EN ÖNEMLİ ZORLUK OLARAK
TEKNOLOJİK GELİŞMELERİ
GÖRMEKTEDİR²

28%

ÖNÜMÜZDEKİ 12 AY BOYUNCA
TEKNOLOJİK YATIRIMA TOPLAM FİRMA
GELİRİNİN %10'UNDAN DAHA FAZLASINI
AYIRMAYI PLANLIYOR



GELİRİN %1'DEN DAHA AZ

GELİRİN %1 İLA %5'İ ARASI

GELİRİN %6'SI VE 10'U ARASI

GELİRİN %11'İ VE %15'İ ARASI

GELİRİN %16'SI VE %20'Sİ ARASI

GELİRİN %20'SİNDEN FAZLASI

**TEKNOLOJİK
YATIRIMLAR**



ÖNÜMÜZDEKİ
12 AYDA UYGULAMA İÇİN
GELİŞTİRİLEN VEYA
PLANLANAN TEKNOLOJİK
GELİŞMELER

37%

Bilgi Teknolojilerinde kurum-ici beceriler
ve uzmanlığın gelişimi

32%

Kullanıcı arayüzü ve hizmetleri için
bulut seçeneklerin uyumu ve kullanımı

29%

Yeni bir hizmet önerisi olarak

29%

Müşterilere hizmet ulaştırılırken coğrafi
alanın genişletilmesinde teknolojinin
kullanımı

23%

Muhasebe meslek mensubu
olmayan kişilerin işe alımı
(örneğin IT uzmanları ve veri
bilimcileri)

EN ÖNEMLİ KÜRESEL ZORLUKLAR

İNOVASYON İLE ZORLUKLARI FIRSATA DÖNÜŞTÜR

48% DAHA DÜŞÜK
ÜCRET BASKISI



- Tahmini değer esas alınarak bazı hizmetler için müşteriye fiyat belirlemek
- Farklı düzeylerde hizmet sunmak için müşterileri değerlendir ve gruplandır
- Süreçleri geliştirmek ve maliyetleri düşürmek için teknolojiyi maksimum düzeyde kullan

46% YENİ MÜŞTERİ ÇEKME VE
MEVCUT MÜŞTERİLERİ
KORUMA



- Yönlendirmeler için diğer firmalar ile ilişkilerini geliştir ve yeni bir network planı oluştur
- Firmanın tüm hizmet alanları ve faaliyetlerini içeren bir pazarlama stratejisi hazırla
- Müşteriler ile ilişki kurma ve personel istihdamında bir sosyal medya dstratejisi geliştir

46% REKABETTE
FARKLILAŞMA



- Özel bir sanayi sektöründe uzmanlaş
- Müşteriler ile iletişime geçerken, hizmet sunarken veya sözleşme yaparken teknolojiyi kullan
- Hem teknik hem de sosyal becerilerde personelini eğitime konusuna yatırım yap

45% DÜZENLEMELER VE
STANDARTLAR İLE
UYUM



- Esneklik için online öğrenmeyi arttır ve belirli konular için diğer firmalar ile birlikte çalış
- Zaman ayırın ve değişiklikler hakkında gayri resmi personeli toplantıları düzenle
- Muhasebe meslek örgütlerinin kaynaklarından yararlan ve yerel iş birliklerine katıl

Bu zorlukları ele alacak daha fazla yöntem öğrenmek için **Knowledge Gateway** ziyaret et

Prepared by Brian Due, Johan Trærup,
Mads Hennelund and Jesper Højberg Christensen
for FSR - Danish Auditors, January 2018.

DANSKE
REVISORER
FSR*

DIGITAL transformation

Impact of new technologies
on the accounting industry

- ✓ Hem devletın önemli bir temsilcisi hem de iş dünyasının güven duyulan danışmanları olacağız.
- ✓ Dijital dönüşüm, mesleğimizi elimizden almıyor; müşterilerimize değer katacağımız yeni alanlara yönelmemizi sağlıyor.
 - ✓ Vergi danışmanlığı, yönetim danışmanlığı
 - ✓ Şirket değerlendirme, marka değerlendirme uzmanlığı,
 - ✓ İç kontrol, iç denetim uzmanlığı
 - ✓ Kurum içi raporlama ve performans yönetimi
- ✓ Geçmiş dönem raporlarını hazırlayan değil, finansal ve yönetim bilgileri ışığında geleceğe yönelik risk ve tahminlerde bulunma ve raporlama ile işletme yönetimlerinde üst yönetici rolü elde ediyoruz.

Prepared by Brian Due, Johan Trærup,
Mads Hennelund and Jesper Højberg Christensen
for FSR - Danish Auditors, January 2018.

DANSKE
REVISORER
FSR*

DIGITAL transformation

Impact of new technologies
on the accounting industry

Yeni Yetkinliklerimiz

- ✓ Veri madenciliği
- ✓ Yönetim muhasebesi bilgisini stratejilere dönüştürme
- ✓ İstatistik
- ✓ Kıyaslama (Benchmarking) teknikleri
- ✓ Verimlilik, etkililik, etkinlik yönetimi
- ✓ Bilgi iletişim teknolojisi kullanımı ve yönetimi

MESLEĞİN
YENİ
MİSYONU

İŞLETMENİN
GÜVEN
DUYULAN
DANIŞMANI

YENİ YETKİNLİKLER

- Yönetim muhasebesi
- Mali analiz ve yorum
- Bilgi işlem yönetimi
- Veri madenciliği ve büyük veri yönetimi
- İstatistik ve aktüerya
- Yabancı dil
- Kişisel yetkinlikler

NE YAPMALIYIM?

KURUMSAL DÜŞÜNME
VE
YAPILANMA

Kurumsallaşma
nedir?

Kendimizin ve
işimizin
yol haritasını
çıkarmak

- Firmamın durumu nasıl?
- Nereye varmak istiyorum?
- Varmak istediğim yere nasıl ulaşırım?

Nasıl kurumsallaşacağım?

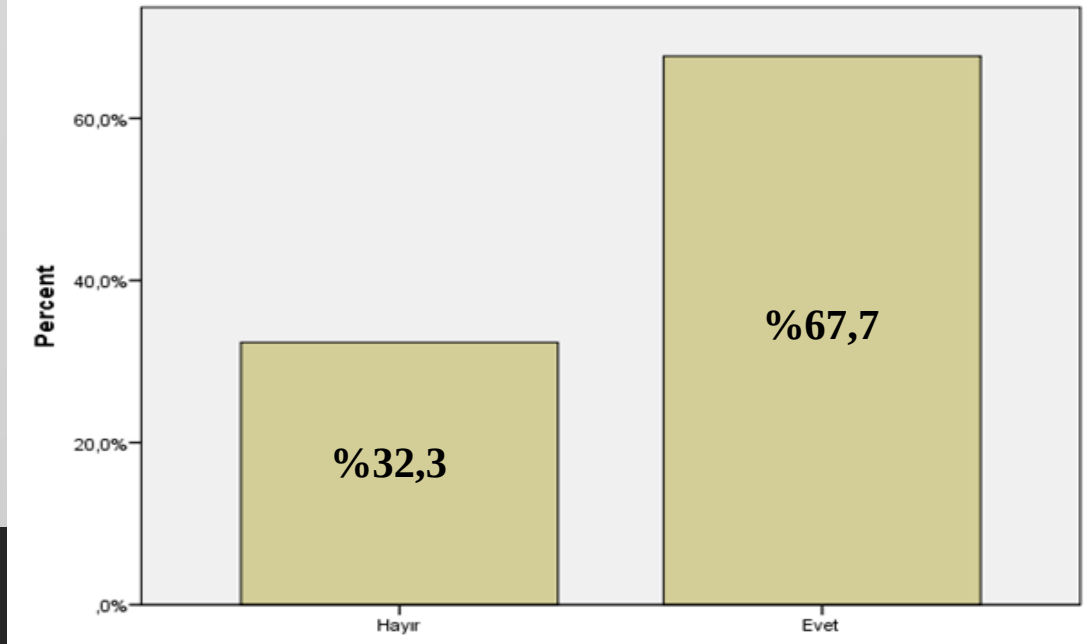
1. Kalite temelli yapılandırma
(13.8.2017 tarihli Meslek Kararı)
2. Stratejik plan
3. Kaliteli hizmet sunumu
4. Ortaklığı düşünme

Kurumsallaşmanın maliyeti yok!
Yazdığını yap; yaptığını yaz!

Mecburi Meslek
Kararı neyi
hedefliyor?

- Hizmet odaklı rekabet
- Hizmet kalitesi odaklı sunum ve geri bildirim
- Kurumsallaşma
- Hizmet pazarlama anlayış ve uygulamaları

Mali müşavirlik firmalarında hizmet kalitesinin artmasının mevcut müşterilerden daha fazla kazanım sağlamada ve yeni müşteriler kazanmada etkili olacağını düşünüyor musunuz?



					Toplam
			Hayır	Evet	
BOLGE	İli tanımsız	Frekans	27	42	69
		%	39,1%	60,9%	100,0%
	İstanbul	Frekans	177	387	564
		%	31,4%	68,6%	100,0%
	Ankara	Frekans	53	87	140
		%	37,9%	62,1%	100,0%
	İzmir	Frekans	36	93	129
		%	27,9%	72,1%	100,0%
	Bursa	Frekans	42	58	100
		%	42,0%	58,0%	100,0%
	Antalya	Frekans	22	63	85
		%	25,9%	74,1%	100,0%
	Akdeniz	Frekans	67	136	203
		%	33,0%	67,0%	100,0%
	Ege	Frekans	50	139	189
		%	26,5%	73,5%	100,0%
	Marmara	Frekans	70	128	198
		%	35,4%	64,6%	100,0%
	Karadeniz	Frekans	72	153	225
		%	32,0%	68,0%	100,0%
	İç Anadolu	Frekans	80	158	238
		%	33,6%	66,4%	100,0%
	Doğu Anadolu	Frekans	30	62	92
		%	32,6%	67,4%	100,0%
	Güneydoğu Anadolu	Frekans	36	88	124
		%	29,0%	71,0%	100,0%
Toplam		Frekans	762	1594	2356
		%	32,3%	67,7%	100,0%

İşyeri İlke ve
Esasları

MEKAN

Çağdaş ofis düzeni

GÜVENLİK

Varlık, Bilgi ve İş
Güvenliği
Prosedürleri

YAZILIM,
DONANIM,
EKİPMAN

İş niteliğine uygunluk
Hizmet kalitesini
arttırma

İşyeri
Yönetimi ile
Hizmet İlke
ve Esasları

KURUMSAL YÖNETİM

Yazılı stratejik plan
ve
Uygulama planları

İŞYERİ YÖNETİMİ

Müşteri hizmet
İnsan kaynakları
Mali/İdari işler
Bilgi teknolojileri

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

İK Sürecinin tüm
aşamalarına ilişkin
prosedürler

Hizmet
Yönetimi ve
Uygulama İlke
ve Esasları

HİZMET UYGULAMA

Kaynak planlaması
Kaynak tahsisi
Risk planlaması
Kontroller
(Raporlar)

MİY

Teklif ve sözleşme
Risk yönetimi
Müşteri
memnuniyeti

PAZARLAMA

Kurumsal kimlik ve
marka oluşturma

HAKSIZ REKABET VE REKLAM YASAĞI

Yönetmeliğe uygun
davranışlar

Hizmet ve
Kalite izleme
ilke ve
Esasları

KALİTE İZLEME
PROGRAMI

Politika, prosedür ve
kontroller

İŞYERİNİN BEYAN VE
RAPORLAMA
YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Kalite
dokümantasyonunun
raporlanması ve Oda ile
iletişim

Kurumsallaşırsam
ne olacak?

- Müşterimin algısı olumlu yönde değişecek.

- Fayda/değer artışını gördükçe müşterimin memnuniyeti ve tavsiyesi artacak.

- İtibarım yükselecek.

- İşimin sürdürülebilirliği güçlenecek.

- Büyüme/yeni iş alanları potansiyelini kullanabileceğim.

- Tahsilat sorunum olmayacak.

Bunları
yaptığımdan
müşterilerim ve
çevrem nasıl
haberdar olacak,
nasıl fark
edileceğim?

PAZARLAMA

Müşteri Odaklı
Sunum

Pazarlama
nedir?

PAZARLAMA REKLAM
DEĞİLDİR!

PAZARLAMA,
MÜŞTERİLERLE
İLETİŞİM KURMAK VE
GÜÇLENDİRMEKTİR.



Pazarlamaya nereden
başlayacağız?

Müşterinin beklentileri ve
ihtiyaçlarından...

Müşteri ne
bekliyor ve
nelere ihtiyaç
duyuyor?

1
İşi ile ilgili

2
Bizimle ilgili

1

işle ilgili
beklentiler ve
ihtiyaçlar

- Bilgi

- Yönlendirme

- İş değerlendirmesine katkı

2

Bizimle ilgili
beklentiler ve
ihtiyaçlar

Aradığı Özellikler

- Güvenilir bir kişiliği olması
- Mesleki bilgi ve güncel bilgiye sahip olması
- Sorunlarımı kısa sürede çözebilmesi
- Kolay ve etkili bir iletişim kurabilmesi

Biz bunları nasıl
karşılayacağız?

TEK BAŞIMIZA
ve personel
sayısını dikkate
alacağız:

- Yetki paylaşımı
- İş yönetimi

ORTAKLIK
kuracağız:

- Görev dağılımı
- İş yönetimi

= KURUMSALLAŞACAĞIZ

+

PAZARLAMA YAKLAŞIMINI
BENİMSEYECEĞİZ.

Çalışan Sayısı	Frekans	%
Hiç çalışanın yok	678	28,8
2 – 5	1463	62,1
6 – 10	112	4,8
11 – 20	20	0,8
21 ve üstü	16	0,7
Cevapsız	67	2,8
Toplam	2356	100,0

Kurumsallaşacağız

Yol haritamızı
yazacađız;
uygulayacađız.

Pazarlama
yaklaşımını
benimseyeceğiz.

1. Müşteri gözüyle
işimize bakacağız.
2. Pazarlama
araçlarını doğru
kullanacağız.

Pazarlama Araçları

1. Hizmet(ler)imiz
2. Çalışanlarımız
3. İş süreçlerimiz
4. Fiziksel varlıklarımız
5. Pazarlama iletişimimiz

DANIŞMANLIK HİZMETLERİ



86%

BAZI ŞEKİLLERDE
DANIŞMANLIK/
MÜŞAVİRLİK
HİZMETLERİNİN
SAĞLANMASI

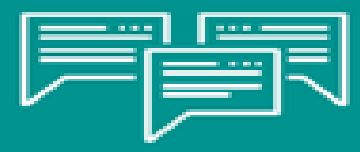
53% KURUMSAL
DANIŞMANLIK

EN ÖNEMLİ 4
HİZMET



31%
YENİDEN
YAPILANDIRMA/
İFLAS/ TASFİYE

50%
YÖNETİM
MUHASEBESİ



27%
İNSAN
KAYNAKLARI
POLİTİKALARI
VEPROSEDÜRLERİ
/ İSTİHDAM
DÜZENLEMELERİ

SAĞLANAN DİĞER HİZMETLER

%

24

Haleflik planlaması /
İş transferleri

24

İş geliştirme

21

Adli muhasebe /
Hile soruşturmaları

16

Bilgi
Teknolojisi

14

Artan Kurumsal
Raporlama

12

Varlık yönetim /
Emeklilik Planlaması

6

Diğer



Hizmet(ler)imiz



Çalışanlarımız

- Mesleki bilgiye yeterince sahip
- Müşteri ile iletişim becerisine sahip
- Müşteri odaklılığa inanan

İş süreçlerimiz

- Zamanında bildirim
- Belge akışında düzen
- Bilgi akışında sistem

Fiziksel varlıklarımız

- Büromuzun düzeni
- Büromuzun donanımı, işleyiş ve iletişime uygunluğu
- Kurumsal kimlik unsurlarımız
- Giyimimiz

İşyerinin yarattığı algı...



Pazarlama
iletişimimiz

PAZARLAMA
REKLAM
DEĞİLDİR!

Pazarlama iletişim araçlarımız

Klasik Araçlar

- Duyurum
- Kişisel iletişim
- Halkla ilişkiler
- Promosyon
- Sponsorluk
- Kurumsal kimlik
- Ağızdan ağıza pazarlama

Dijital Araçlar

- Web
- E-posta
- Blog

Dayanak Mevzuat

Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve
Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin
Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik

Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve
Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlik
Meslek Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi
Meslek Kararı

Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve
Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlik
Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam
Yasağı Yönetmeliği

Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve
Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin
Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Etik İlkeler



Serbest Muhasebeci, Serbest
Muhasebeci ve Mali Müşavir ve
Yeminli Mali Müşavirlerin
Çalışma Usul ve Esasları
Hakkında Yönetmelik

45. Madde
Reklam Yasağı

**Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali
Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik**

“MADDE 45 – Meslek mensupları; iş elde etmek için, açık ve kapalı dolaylı veya dolaysız yöntemlerle reklamlarını yapamazlar ve yaptırılamazlar.

Meslek mensuplarının; tabelalarına, kartvizit, rapor ve bunlara benzer diğer yazışma kağıtlarına; meslek unvanlarını, akademik unvanlarını, iletişim araçlarının numaralarını, açık adreslerini, internet adresi ile elektronik posta adresini yazmaları reklam sayılmaz.

Kurumsal kimlik

Meslek mensupları, unvanlarını kullanarak mesleki konularda ve bilimsel nitelikte, gazete ve dergilerde devamlılık arz etmemek üzere yazı yazabilirler. Yayıncılık yapamazlar.

Duyurum

Sadece iş tekliflerinde kullanılmak ve yazılı, sözlü ve görüntülü yayın araçları ile yayınlanmamak üzere kendilerinin, ortaklık veya şirket kuruluşlarında görev yapan diğer meslek mensuplarının özgeçmişlerini kapsayan tanıtıcı broşür bastırabilirler.

Basılı Reklam

Serbest Muhasebeci, Serbest
Muhasebeci ve Mali Müşavir ve
Yeminli Mali Müşavirlik Meslek
Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi
Meslek Kararı

17. Madde
Reklam ve Teşvik Yasası

Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlik Meslek Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi Meslek Kararı

“MADDE 17 – Reklam yapılması yasaktır. Bu nedenle bir gazete, dergi ya da benzeri duyuru araçlarından herhangi birinden yararlanarak reklam yapmak yasaktır. Meslek mensubu, basına bülten dağıtmak veya demeç vermek suretiyle kendi firmasının mesleki deneyim hizmetlerini yüceltmez ya da reklam edemez.

.....

Ancak toplumun ilgilendiği konularda meslek mensubunun yaptığı yayınlar ve demeçlerinin haber programlarında verilmesi, yazı ve haber yapılması veya yazması reklam sayılmaz.

Duyurum

**Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali
Müşavirlik Meslek Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi Meslek Kararı**

MADDE 17:

.....

Meslek mensuplarının gazete ve dergilerde yazı yazmaları, haber programları yapmaları ya da kitap yazmaları durumunda, bunları yayımlayan yayımcı tarafından yapılacak övgülerde ve tanıtımlarda; yazar olan meslek mensubunun özgeçmişi, öğrenimi, meslek unvanı, deneyimleri, mesleki şirket ortaklığı ve ifa ettiği belli başlı görevleri yer alabilir.

Duyurum

**Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali
Müşavirlik Meslek Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi Meslek Kararı**

MADDE 17:

.....

Meslek mensubu veya mesleki şirketin yayınladığı bildirilerin, sirkülerlerin, bültenlerin, işe alma broşürlerinin, bazı ticari konularda kendi personeli, müşterileri, avukatlar, bankalar, aracı kurumlar, akademik çevreler gibi mesleki ilişkilerin sürdürüldüğü kimselere gönderilmesi reklam sayılmaz. İş için başvuranlara, işe alınma görüşmelerine girmeyi düşünen öğrencilere, özel olarak istemde bulunan kişilere ve öğrenim kuruluşlarına bu yayınların bir kopyasının verilmesi veya gönderilmesi reklam sayılmaz.

Basılı Reklam

Meslek mensubunun bürosunu veya mesleki şirketini tanıtan özel dosya, katalog, baskılı bloknot ve kalem kullanılması reklam sayılmaz."

Promosyon

**Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali
Müşavirlik Meslek Ahlak Kuralları ile ilgili Mecburi Meslek Kararı**

MADDE 17:

.....

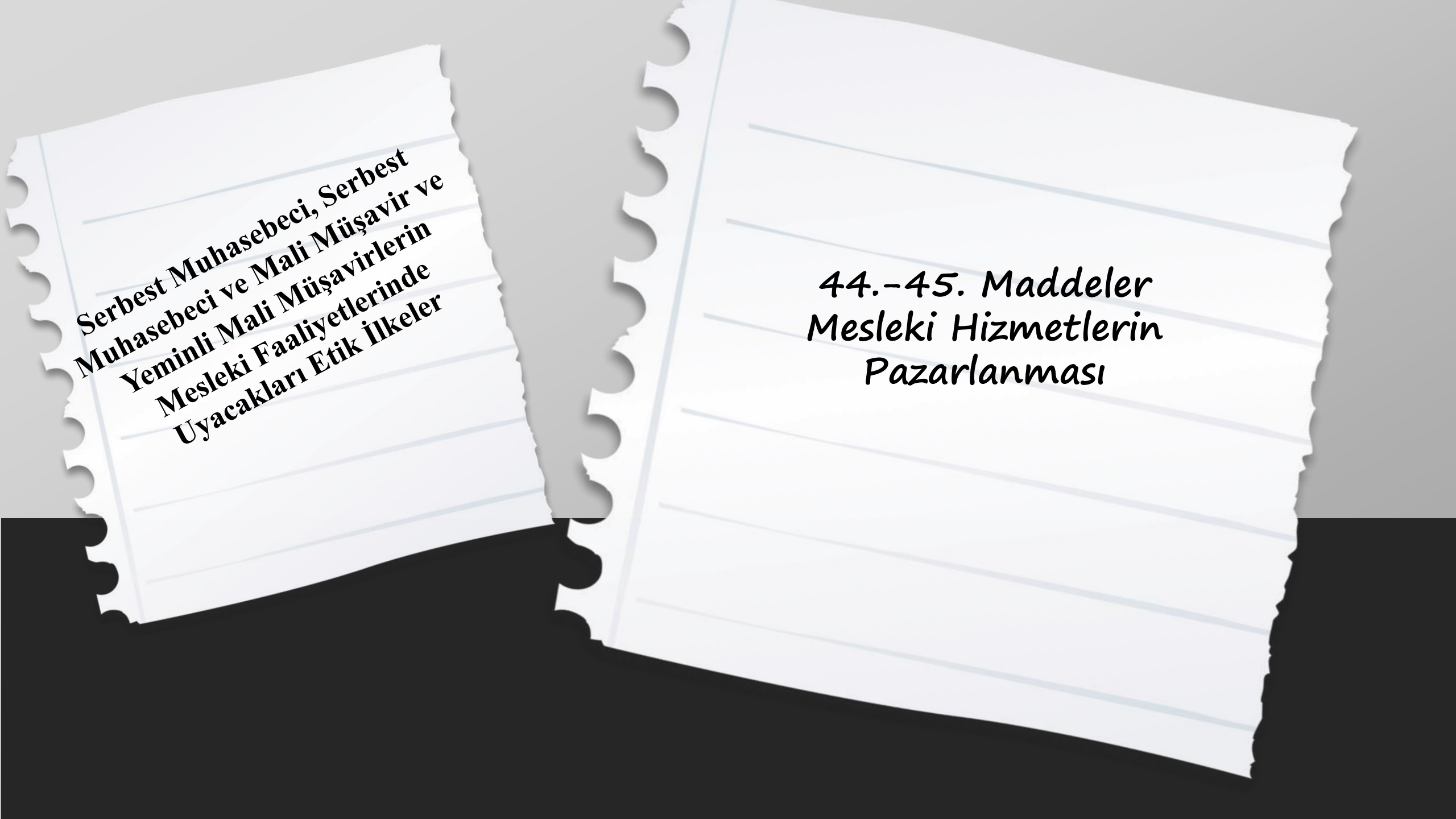
**Meslek mensubunun diğer meslektaşlarına mesleki hizmet
sunmak üzere kişisel ilişkide bulunması veya önerilerini
mektupla bildirmesi reklam sayılmaz.**

*Kişisel iletişim
E-posta*

Serbest Muhasebeci, Serbest
Muhasebeci ve Mali Müşavir ve
Yeminli Mali Müşavirlik
Mesleklerine İlişkin Haksız
Rekabet ve Reklam Yasağı
Yönetmeliği

12.-23. maddeler
İkinci Kısım
Reklam Kuralları

- ✓ Duyurum
- ✓ Sponsorluk
- ✓ Basılı reklam
- ✓ Kurumsal kimlik
- ✓ E-posta
- ✓ Web



Serbest Muhasebeci, Serbest
Muhasebeci ve Mali Müşavir ve
Yeminli Mali Müşavirlerin
Mesleki Faaliyetlerinde
Uyacakları Etik İlkeler

44.-45. Maddeler
Mesleki Hizmetlerin
Pazarlanması

✓ Mesleki davranış ilkesine uygun hareket etmeli

✓ Doğru ve dürüst olmalı

✓ Özellikleri ve iş tecrübesiyle ilgili abartılı iddialarda bulunmamalı

✓ Diğer meslek mensuplarının hizmetleri ve kendileriyle asılsız karşılaştırmalar, küçültücü atıflar yapılmamalı



Büyük resme odaklanın!

Yarın geç olmadan!

STRATEJİK PLANINIZI HAZIRLAYIN!



İnanın!
Yarın bizler için daha güzel olacak...



Teşekkürler...

Başarılar...

