



GİRİŞİM ve GİRİŞİMCİLİK (2 yıl ayakta kalabilmek...) - Doruk Aktoprak

Yeni bir iş kurarken ilk yıllar en zor yıllardır.. Hele ilk 6 ay... Dünya size karşı birleşmiş, kartel oluşturmuş gibi hissedersiniz. Yılmayın bu günler çabuk geçer.

Üniversitedeki hocalarınız, aileniz, arkadaşlarınız, vergiler, kanunlar ve daha birçok faktör sizi girişimci olmamaya yöneltse de, siz içinizden gelen bu heyecanı sakın kaybetmeyin. Sizi desteklemek adına vazgeçirmeye çalışanlara kulak asmayın. Sürekli olarak size bir işe girip maaşla çalışmak tavsiye edilebilir. Aldırmayın, devam edin girişimcilik damarlarınızda varsa sizi kimse tutamaz.

Girişimin Önemi

Hem kendi ideallerinizi gerçekleştirmek adına hem de ülkemize faydalı birer işadamı olmak adına bunu yapmalısınız. Denemeden başaramazsınız. Ama sakın sadece işsiz kadığınız için girişimci olmaya kalkmayın. Zira, işsiz kalmanız girişimci olmanıza ancak ve ancak vesile olabilir.

Tabi bir de şu var; girişimciliği okuluna giderek öğrenebilir misiniz? Elbette ki bu da mümkün. Böyle bir okul bulabilirseniz çok faydalı olabilir.

Şurası bir gerçektir ki ideallerinizi gerçekleştirebileceğiniz bir ortamı ücretli çalışma hayatında kesinlikle bulamazsınız. İşinizle ilgili sizin ürettiğiniz fikirler/projeler hep müdürlerin, genel müdürlerin başarı hanesine yazılır. Ve onlar için bir tehdit unsuru olduğunuz gerçeği işsiz kalmanıza bile sebep olabilir. Tecübeyle sabit...

Aynı zamanda ülkemizin temel sorunlarından biri olan "**İşsizlik Sorunu**" da sizin gibi girişimcilerin sayesinde büyük ölçüde çözümlenebilecektir. Zira kurduğunuz iş mutlaka birilerine istihdam olanağı sağlayacaktır. 1 kişi, 2 kişi veya 100 kişi hiç farketmez, yaptığınız katkı çok büyük. İşiniz "**One Man Show**" olsa bile! En azından işsizler hanesinden bir kişi eksilecek üretkenler hanesine bir kişi yazılacaktır. Ki bu bile 2-0 öne geçmek demektir.

İdeal Girişim Çağları?

Girişiminizi yapabileceğiniz en ideal yaş nedir? Bence Üniversiteyi bitirmeden hemen önce veya bitirdikten en geç 1 sene sonra girişiminizi gerçekleştirmeniz gerekmektedir. Yoksa maaşla çalışmanın getireceği rehavetten kolay kolay kurtulamazsınız. Tabiki bunu yapabilmeniz için üniversite yıllarınızı boş geçirmemiş olmanız gerekir. Mesela bir kulüpte faal olarak görev almak, stajınızda fotokopi odasından kurtulabilmiş olmak önemli faaliyetlerdir. Öğrencilik tabiriyle; "**Sudan çıkmış balık olmamanız gerekir.**"

Ne yapacaksınız ve nasıl yapacaksınız?

Öncelikle yapmayı düşündüğünüz işle ilgili bir yapılabirlik (Fizibilite) çalışması hazırlamanız gerekir. Bu konuda internette birçok örnek ve kaynak bulabilirsiniz.

Bu çalışmadan sonra hemen bir **İş Planı** yapmalısınız. Pazar Araştırmaları, Pazarlama ve Satış Planları, İşgücü Planları, Tahmini Satış Rakamları, Finansal Veriler genel olarak birbiri ile uyumlu olacak şekilde ve mantıklı dayanaklarla hazırlanmalı, fazla hayalci olmamalı.

İlk zamanlarda ne yapacağınıza karar vermişsinizdir ama nasıl yapacağınız konusunda sürekli değişiklikler olur. Çünkü teknolojiler ve uygulamalar da sürekli gelişir ve değişir. Bu değişimi özümseyebilmeniz gerekmektedir. Sırf trendi takip etmek için bir yöne giderseniz hapı yuttunuz demektir. Yeni teknoloji lansmanlarında reklamlara sakın kanmayın! Ürünü iyice incelemeyen bu alanda yoğunlaşmak gibi bir risk almayın. Siz tam kendinize bir yol, bir strateji belirlemişken birden yepyeni uygulamalar çıkar ve siz yine bu yeni uygulamaları kovalamak zorunda kalırsınız.. Yaptığınız planlara uymaya çalışın ve her aksaklıkta planlarınızı revize etmekten de korkmayın.

Girişiminizi, Ürününüzü Kime Satacaksınız?

Girişiminizi başarıya dönüştürebilmeniz için kimlerle iş yapacağınızı anlamanız gerekir. Türkiye'deki ve Dünya'daki şirketlerin ve ürünlerin soy ağacını ana hatları ile çıkartabilmelisiniz. Mesela; hangi marka kime ait... Kim kiminle iş yapıyor... Şirketlerin yönetiminde kimler çalışıyor... Aile ilişkileri... edinmeniz gereken temel bilgiler. İş dünyasından uzak birisinin girişim yapabilmesi mümkün değil demiyeceğim ama çok zordur. Zira bu ilişkiler yumağını (Matrix) tanımlayamazsanız bu yumağa dolanır kalırsınız.

Peki bu şirketleri, CEO'ları nasıl tanıyacak ve onlarla nasıl tanışacaksınız? Fuarlara, konferanslara katılın ve bol bol dinleyin. Kokteyllere katılın, içkinizi (veya meyvasuyunuzu) için, çerezinizi yiyin.. Ayak üstü birilerine hemen yanaşın. En kodaman amcalarla muhabbete girin. Terslenebilirsiniz yılmayın. Çünkü onların çoğu da orada birileri ile konuşmak ve tanışmak için bulunuyor. Kalabalığa karışın ki yeni insanlarla tanışasınız. İleride bu tanıştığınız kişiler sizin için bir bilgi kaynağı, bir partner ve hatta bir müşteri olabilir.

Mesela **Cem Boyner, Ferit Şahenk** çok sıcak insanlardır. Gördüğünüz yerde hemen atılın. Sizi ilgi ile dinleyecek ve hemen yardımcıları ile tanıştıracaklardır. Ama sakın Sabancı Ailesinin televizyonlardaki sempatik hallerine kanmayın. Zira korumaları ile sıcak temasa girmek zorunda kalabilirsiniz.

Nasıl Pazarlayacaksınız

İlk aylarda hiç pazarlama yapmanıza gerek yokmuş gibi gelir size. Çünkü kendinize göre siz çok değerlisinizdir. Fikirleriniz de çok değerlidir, ürünleriniz de, ama sadece size göre. Müşteri size gelecek sanırsınız. Yanılıyorsunuz.. Fikirleriniz ne kadar değerli olursa olsun müşterinin ayağına siz gitmek zorundasınız. Ve de bıkmadan usanmadan anlatmanız gerekir, kendinizi, ürünlerinizi. Kendinizi de anlatmalısınız, çünkü "**İnsanlar sevdiği şeyleri sevdiği insanlardan alır.**" Yani kendinizi sevdirmek zorundasınız. Ama bıktırmadan anlatmaya dikkat edin.

En kötüsü ise hiç referansınız yoktur. Ve herkes de size "**Bizim sektörden kiminle çalıştınız**" demektedir. Siz de kendi kendinize "Ah birkaç müşteri kopartabilsem o zaman kimse beni tutamaz" dersiniz.. Bu sorunu yavaş yavaş aşarsınız.. Merak etmeyin ilk 1 seneyi kazasız belasız atlatabildiyse fena sayılmayacak sayıda referans yapmışsınız demektir. Artık referanslarınızda nitelik aramaya başlırsınız.. Yani daha büyük ve tanınmış firmalara yönelme ihtiyacı hissedersiniz.

Büyük müşterilerde rekabet daha yoğun bir şekilde karşınıza çıkar.. Büyük şirketlerle çalışmanın olumsuz bir tarafı da işler çok ağır yürür; "Yönetim Kurulundan imza bekliyoruz.", "X Departmanından henüz bana dönmediler." gibi gerekçeler öne sürerler. En çok pazarlığı da büyük şirketler yapar ve de paranızı ödemeyi de hep geciktirirler. Büyük firmalarla çalışmanın birçok iyi tarafı da vardır diye sıralanan birçok gerekçenin hemen hepsi geçersizdir. En önemli gerekçeniz yapılacak işin karşılığında alınacak para ve referans listenize ekleyeceğiniz sağlam markalar/logolardır.. Dolayısı ile büyük şirketlerle mutlaka çalışın en azından önem verdiğiniz birkaç sektörde hedefler belirleyin ve maliyetine de olsa mutlaka iş yapın. Çünkü bu referanslar küçük şirketlerin gözünde sizin değerinizi arttıracaktır.

Küçük Müşterilerle çalışmanın da avantajları vardır; mesela rekabet yok denecek kadar azdır, bürokrasiye takılmazsınız, paranızı zamanında alırsınız. Küçük şirketler borçlarına sadıktırlar. Küçük şirketlerle çalışmanın dezavantajı ise bu tür şirketlerin yeni teknolojiler vb. konularda bilgili elemanları yoktur. Kendinizi anlatmakta güçlük çekebilirsiniz. Dolayısı ile gereksiz ayrıntılara girmeyin, işinizi nasıl yapacağınız ve hangi teknolojileri kullanacağınız gibi ayrıntıları anlatmanıza gerek yok.. Direkt olarak işinizi yapın. Diğer bir dezavantaj ise ne istediklerini tam olarak bilemezler. İstedikleri şeyin ne olduğunu çok iyi tanımlayın ve onlara da projeye başlamadan önce mutlaka onaylatın. Zira yaptığınız bir işi tekrar tekrar yapmak en tatsız şeylerden biridir. Size hem zaman hem para kaybettirir. Müşterinizle külahları değiştirme noktasına bile gelebilirsiniz. Aman dikkat...

Risk Sermayedarlarından Yatırım Almak İçin İş Planı Nasıl Hazırlanır?

Risk sermayedarlarına gitmeyi düşünmüyorsanız bile bu iş planını mutlaka yapın çünkü **fikrinizi, girişiminizi önce kendinize satabilmelisiniz.** Bu iş planı ile girişiminizin güçlü ve zayıf yönlerini görmeye şansınız da olur. Aynada kendini ikna edebilmek gibi birşey yani.

İş planınızın özeti kısa olmalı ve hazırlayacağınız demeç iki sayfayı aşmamalıdır. Bu alan içinde bütün iş planınızın özeti yer almalıdır.

İş planınızın temel unsurları şunlar olmalıdır:

1. İşin genel kavramı: İşin kendisini, ürünleri ve satılacak pazarı açıklayın. Tam olarak ne satılacak, kime satılacak, kimlerle rekabet edilecek gibi konularda bilgi verin. Ayrıca sizi rekabette farklı kılan özel rekabet gücünüzü tanımlayın.

2. Finansal özellikler: Önemli finansal noktaları, örneğin satış hedefleri, kârı, nakit akışı ve yatırımın geri dönüşünü öne çıkarın.

3. Finansal gereksinimler: Tam olarak işi başlatıp ve büyütme için ne kadar sermaye gerektiğini ifade edin. Bu sermayenin nasıl kullanılacağını açıklayın.

4. Nihai durum: Şirketin güncel durumu ve bununla ilgili önemli bilgileri sağlayın (kuruluş tarihi, sahipler, çalışanlar, vs.). Yönetim kurulunun kısa özgeçmişlerini eklemeyi unutmayın.

5. Pazar ve rekabet: Sektörün Türkiye'deki ve uluslararası arenadaki durumunu, pazarın büyüklüğünü, rekabet içinde olduğunuz kurumları açıklayın. Rekabet gücünüz ile ilgili olumlu ve olumsuz yönleri açıklayın.

6. Büyük başarılar: Şirketin başarısı için büyük önem taşıyan gelişmeleri açıklayın. Bu tür gelişmeler; patentler, prototipler, konum avantajı, her türlü ürünün gelişmesi için çok önem taşıyan siparişler veya

yaptığınız bir deneme pazarlamasının sonuçlarını kapsayabilir.

Genel İstatistikler

Amerikadaki istatistiklere göre yeni kurulan işletmelerden %17 si ilk 2 yıl içinde kapanıyor. İlk 2 yılı atlatan şirketlerin sadece %8'i kapanıyor. Diğerleri yollarına uzun yıllar devam ediyor.

Şirketleri; çalışanları olan ve çalışanları olmayan (tek kişilik) şirketler olarak ikiye ayırırsak; Çalışanları olduğu halde kapanan şirketlerin % 57'sinin ve çalışanları olmayan (tek kişilik) şirketlerin %38'inin sahiplerinin iyi bir iş teklifi aldığı için şirketini kapattığı gerçeği de aslında bu kapanan şirketlerin önemli bir bölümünün gerçekte batmadığını ortaya koyuyor.

Türkiye ile ilgili elimizde güvenilir bir istatistik olmamakla birlikte ekonomik konjonktürün sürekli değişkenliği, siyasi istikrarsızlık, bürokratik iktidarsızlık, para ve iş piyasalarının oynaklığı, girişimi özendirici/destekleyici faaliyetlerin olmaması gibi pek çok faktör benzeri istatistiklerin Türkiye'de çok daha yüksek olması gerektiğine işaret ediyor. Elimizdeki tek istatistik veri olan TOBB'un verilerine göre yılda yaklaşık 55.000 şirket kuruluyor, yaklaşık 28.000 şirket de kapanıyor. Yeni kurulan şirketlerin ne kadarının, ne kadar zaman sonra kapandığına dair bir istatistiğe maalesef ulaşamadım. Böyle bir istatistiğe sahip olan varsa kaynağını da belirterek emailime gönderebilir.

Sonuç

Ülkemizde girişimciliğin çok fazla desteklenmediği bir gerçek. Ülkemizde kurulan risk sermayesi şirketleri girişimciliğin desteklenmesi adına olumlu bir gelişme. Ama olumsuz tarafı bu yatırımcıların veya şirketlerin işe başlamamış projelere, satış yapmaya başlamamış girişimlere yatırım yapmaması..

Ayrıca özel şirketler sponsorluğunda birtakım girişim merkezleri kurulmuştur. Sadece sosyal katkı amacıyla ve dolaylı beklentiler amacıyla kurulduğu söylenen bu merkezler amaçlarını değiştirmiş, üzerilerindeki kuzu postunu atmışlardır. Uzun bir süre gayet başarılı çalışmalara imza atmış bu merkezler de artık yozlaşarak ticari kaygılara ve projeleri sahiplenmeye başladılar. Bu merkezlerin yöneticilerinin de girişimciler arasında menfaat karşılığı kayırma yaptığı yönünde bir takım ciddi bulgular var. Dolayısı ile bu gibi merkezlerin de girişimciliği destekleyemeyeceği ortaya çıkmış oldu.

Peki girişimcilere kim destek verecek veya vermeli; bence 2 alternatif var: 1. Devletimiz 2. Girişim Okulları. Maalesef şu anki yasalar ve yönetmelikler girişimcilere yeterli desteği veremiyor. İmalat yapmayan, yani hizmet sunan projelere neredeyse hiç destek vermiyor. Vergi Muafiyeti, düşük faizli kredi imkanları ve eğitim desteği devletimizin girişimcilere sağlayabileceği imkanlar. Bu konuda çeşitli otoritelerin çalışmaları olmakla birlikte henüz somut, radikal bir adım atılmış değil. Umarız... demekle kalıyoruz.

Bir de "**Girişimcik Okulu**" olsa çok faydalı olurdu. Girişim yapmak isteyenler, veya girişimini yapmış ama iş modellerinde aksaklıklar eksiklikler olanların bilgilenebileceği bir rehber olsa harika olurdu. Sizce de öyle değil mi? Bu misyonu da Üniversiteler ve Eğitim Firmaları üstlenebilir. İşte burada biz birşeyler yapabiliriz. Öyle değil mi?