



GİRİŞİMCİLİK ve İŞ PLANI

www.aliosmangokcan.com



WWW.ALIOSMANGOKCAN.COM

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ

A. BÖLÜMÜ - İŞ KURMA

1. HAREKET NOKTASI

2. NE TÜR BİR İŞ?

A. KİŞİSEL HEDEFLERİM NELERDİR?

B. İŞ FİKRİNİZ

a. İŞ FİKRİ BULMAK

b. KİŞİSEL BÜTÇE

c. İLERİYE BAKMAK

C. BİR İŞ SAHİBİ OLARAK SİZ, KENDİNİZ

a. DESTEK

b. ATMANIZ GEREKEN ADIMLAR

3. BÜTÜN YUMURTALARINIZI AYNI SEPETE KOYMAYIN

A. PAZAR ARAŞTIRMASI

a. MÜŞTERİLER NEREDE?

b. YANITLARI BULMAK

c. KENDİ ARAŞTIRMANIZI DA YAPMALISINIZ

d. ARAŞTIRMADAN ÇIKMASI GEREKEN SONUÇ

B. KAYNAKLARI YOKLAMAK

a. HAMMADDE, GİRDİ

b. MAKİNE, EKİPMAN

c. İŞYERİ

d. İŞ GÜCÜ

C. MALİYETLER

a. HAMMADDE VE YARDIMCI MALZEME MALİYETLERİ

b. İŞÇİLİK MALİYETİ

c. GENEL GİDERLER

d. KURMAYI DÜŞÜNDÜĞÜNÜZ İŞ EKONOMİK Mİ?

e. ÖRNEK MALİYET TAHMİNİ

4. MALİNİZİ İYİ TANITINIZ!

A. SATIŞI GERÇEKLEŞTİRMEK

a. ÜRÜN

b. FİYAT

c. YER

B. TANITIM

C. SATIŞ

5. TÜCCAR VEYA ESNAF OLABİLİR MİSİNİZ?

A. İŞLETMENİZİN YASAL ÇERÇEVESİ

a. TÜCCAR VE ESNAF

b. ADİ ORTAKLIK

c. LİMİTED ŞİRKET

d. ANONİM ŞİRKET

e. KOLLEKTİF ŞİRKET

f. KOOPERATİF

g. TİCARET UNVANI VE İŞLETME ADI

B. İŞLETMENİZLE İLGİLİ YASALAR

C. FİNANSMAN ORGANİZASYONU

a. KENDİ PARANIZI SERMAYE YAPMAK

b. BORÇ ALMAK

c. BAŞKALARININ SERMAYE KOYMASI

d. FİNANSMAN YÖNETİMİ

D. İŞ PLANI

B. BÖLÜMÜ - İŞ PLANI

1. İŞ PLANI NEDİR?

2. İŞ PLANININ KULLANIM ALANLARI

3. İŞ PLANININ FAYDALARI

4. İŞ PLANI HAZIRLAMAK

A. İŞ PLANI ÇEŞİTLERİ

a. SÜREYE GÖRE SINIFLANDIRMA

b. İŞLEVE GÖRE SINIFLANDIRMA

c. FAALİYET ALANINA GÖRE SINIFLANDIRMA

B. İŞ PLANININ HAZIRLANMASINDA DİKKAT EDİLECEK

KURALLAR

a. İŞ PLANININ YAPISI

1. İŞİN TANIMLANMASI

2. PAZARLAMA PLANI

3. ORGANİZASYON PLANI

4. FİNANSMAN

C. İŞ PLANININ HAZIRLANMASI İÇİN GEREKLİ VERİLERİN

TOPLANMASI

a.. İş yerine ait bilgiler

b. İşe ait bilgiler

c. Pazarlama stratejisi

d. Çalışma ve organizasyon

e. Mali düzenlemeler

5. İŞ PLANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

A- YAZILI DEĞERLENDİRME

a. İŞ PLANI ÖZETİ

b. İŞLETME BİLGİLERİ

c. İŞLETMENİN STRATEJİ VE HEDEFLERİ

d. ÜRÜN/HİZMET BİLGİLERİ

e. İŞ FİKRİNİN PİYASA VE TALEP YAPISI

f. PAZARLAMA PLANI

g. ÜRETİM PLANI

h. YÖNETİM VE ORGANİZASYON PLANI

i. FİNANSAL PLAN

j. İŞ KURMA SÜRECİ AKTİVİTE PLANI

k. RİSK DEĞERLENDİRMESİ

B- SÖZLÜ DEĞERLENDİRME

a. SUNUŞ ŞEKLİ

b. UYGULANABİLİRLİK

C- DEĞERLENDİRME TABLOLARI

6. DEĞERLENDİRME PUANLARI AÇIKLAMASI

7. SONUÇ

C. BÖLÜMÜ - İŞ PLANI REHBERİ

D. BÖLÜMÜ - PAZARLAMA PLANI REHBERİ

E. ABİGEM

ADANA ABİGEM

1. KURUMSAL YAPI

2. HİZMETLERİMİZ

3. GİRİŞİMCİLİK PROGRAMI

4. İLETİŞİM BİLGİLERİ:

F. KAYNAKLAR

İŞ KURMA, GİRİŞİMCİLİK, İŞ PLANI ve PAZARLAMA PLANI REHBERLERİ

Bu kitapçık, girişimciye iş yönetimi konusunda kendi yeteneklerini değerlendirmede yardımcı olmak ve cesaretlendirmek için derlenmiştir.

ÖNSÖZ

Girişimcilik bir ülkede demokratikleşmenin kilit taşlarından biridir. Serbest piyasa ekonomisi uygulanan ülkelerde girişimcilik vazgeçilmez bir unsurdur. Çünkü girişimcilik ekonominin sağlıklı işleyebilmesi için son derece gereklidir. Dinamik, yenilikçi ve yaratıcı yapıları ile girişimciler, toplumdaki iş gücü ve sermaye kaynaklarının üretime dönüşmesini sağlarlar. Girişimciler ürettikleri mal ve hizmetler sayesinde toplumun refah düzeyinin yükselmesinde önemli rol oynarlar.

Girişimci arzı ve talebi yönlendirmektedir. Girişimcinin başarısı ya da başarısızlığı konusunda tüm sorumluluk girişimciye ait olmakla birlikte, bunun sonuçları tüm toplumu ilgilendirmektedir. Rekabetin giderek keskinleştiği koşullarda girişimciliğin toplumsal yönü, başarıyı kolaylaştıran destek sistemlerini geçerli kılmıştır.

Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılması sürecinde baş aktördür. "Yeni Ekonomi" yenilikçiliğe dayandığından, üretim kaynaklarının, üretim araçlarının ve girdilerin değişik şekillerde kullanılması, yeni fikirler ve tekniklerle ürünlerin yaratılması ve yayılması, yeni iş alanlarının açılması girişimci sayesinde mümkün olmaktadır.

Büyük işletmeler dünya ekonomisindeki değişmelere ayak uydurmak açısından küçük işletmelere oranla daha avantajlı durumdaysalar da, bir çok iş alanında küçük ölçekli işletmelerin daha iyi bir ekonomik çözüm olduğu düşünülmektedir.

Bunun nedeni, tüketici tercihlerine daha esnek yaklaştıklarından ve çalışanlarıyla daha iyi ilişki içinde olduklarından, değişen pazar koşullarına hızlı adapte olabilecek olmaları, küçük işletme sahiplerinin daha yaratıcı ve dinamik kişiler olarak hem yönetici hem de girişimci rolünü tek başlarına üstlenebilmeleri, kendilerini sistemden soyutlamadan sosyo-ekonomik çevre ve diğer ekonomik birimlerle bütünleşebilmeleri ve böylece birbirlerini kolayca tamamlayan üretim ilişkilerini kolayca kurabilmeleridir (Lapin, 1991 ve Bağrıaçık, 1991).

Girişimci kişilerin yetişmesi veya girişimci ruhunun oluşabilmesi yeni bir kültürün oluşmasını gerektirmektedir. Bu nedenle toplum yapısının, bakış açısının da değişmesi zorunludur. Türkiye'de iş yapabilme zorluğu ve zor ekonomik koşullar insanların daha yaratıcı rekabetçi girişimci ve atılgan olmasını gerektirmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve bilgi kaynaklarına daha hızlı ulaşımdan yola çıkarak global ve uluslar arası boyut da girişimciliğin geliştirilmesi özendirilmeli ve teşvik edilmelidir

Girişimciliğin geliştirilmesi ve desteklenmesi amacıyla, Mersin Ticaret ve Sanayi Odasının yürüttüğü "MersinBAN" projesi ve Adana Abigem (Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi) tarafından girişimcilik konulu bu kitapçıkta yer alan temel bilgileri sizlerle paylaşmak istedik.

A. BÖLÜMÜ - İŞ KURMA

1. HAREKET NOKTASI

Küçük işletme kuran insan sayısı kadar küçük iş yeri açma nedeni olmakla birlikte, **kendi işini kurmaya karar vermede başlıca etkenler şunlardır:**

- İşini kaybetmek
- İşsizlik döneminin uzun sürmesine tepki
- Bir iş fırsatının belirlenmesi
- Daha çok para kazanma arzusu
- Hayat tarzını değiştirme ihtiyacı
- Artık başkası hesabına çalışmamak arzusu

Sizin motivasyonunuz da bunlardan biri veya bir kaçı olabilir veya tamamen başka nedenleriniz olabilir. Bir küçük iş kurmak için kendi nedenlerinizin ne olduğu hakkında düşünmeye zaman ayırınız.

O halde iş kurmada birinci adım, bunu neden yapmak istediğinize karar vermektir. Ondan sonra da kendiniz için net hedefler belirlemeniz gerekecektir. Bu hedefleri doğrudan doğruya kurmak istediğiniz iş ve kişisel olarak kendiniz için belirlemelisiniz. İş için, işin büyüklüğü, ürün yelpazesi, kârlılık ve imaj cinsinden hedefler belirleyebilirsiniz. Kendiniz için belirleyeceğiniz hedefler arasında ise, maddi kazanç, bol serbest zaman, hayat tarzı ve statü olabilir.

Hedeflerinizi yazınız - zor günlerde bu hedefler size cesaret verecek, sizi motive edecektir.

2. NE TÜR BİR İŞ?

A. KİŞİSEL HEDEFLERİM NELERDİR?

İş fikrinizi ve buna bağlı iş planınızı oluşturmadan önce kişisel hedeflerinizi belirlemeniz gerekmektedir.

B. İŞ FİKRİNİZ

İşletmeler üç ana gruba ayrılır:

- İmalat
- Hizmet
- Ticaret

Bu iş gruplarının her birinde çeşitli fırsatlar mevcuttur. İmalat işi en çok iş fırsatı sunan alandır, çünkü satın aldığımız malların birçoğu ithal büyük ihracat fırsatları edilmektedir ve küreselleşme büyük ihracat fırsatları hızla büyümüştür ve hâlâ fırsatlar sunmaktadır, ancak hali hazırda birçok işletmenin hizmet sunduğu ve doyuma ulaşmış bir iş alanına girmediğinizden emin olmalısınız. Ticaret muhtemelen en rekabetçi ve en riskli sektördür. Kolay bir seçim gibi görünse de, yoğun beceri gerektiren bir iş koludur. Yine de, örneğin butik veya başka tür bir ihtisas mağazası açarak, kendiniz için bir özel pazar kesiti yaratabilirsiniz

a. İş Fikri Bulmak

Çok değişik yollarla bir iş fikri bulabilirsiniz. Bu konuda yardıma ihtiyacınız varsa, KOSGEB'in "Bir İş Fikri Bulmak ve Test Etmek" adlı yayınına başvurabilirsiniz. İş fikriniz her ne olursa olsun, insanların sizden mal veya hizmet almak isteyeceklerinden emin olmak zorundasınız. Ayrıca insanlara mal ve hizmet satarak, hem kuracağınız işi başarı ile götürmeye, hem de hayatınızı kazanmak için ihtiyacınız olan mali getiriye sağlamaya yetecek kadar para kazanacağınızdan da emin olmalısınız.

b. Kişisel Bütçe

Aşağıdaki listeyi kullanarak, para gerektirecek her şeyi kapsayacak şekilde bir bütçe yapınız - kira, harçlar, giyim, gıda, otomobil, tatil, vs. Bütün bunları alt alta yazıp topladıktan sonra, toplamın yüzde onu kadar da beklenmedik gider ilave ediniz. Eğer kuracağınız iş size en azından bu kadar para getiremeyecekse, o zaman iş kurma kararınızı tekrar düşünmelisiniz.

Kalem	HAFTALIK PARA İHTİYACI
Gıda	
Giyim	
Ulaşım	
Tatil / Bayram v.s.	
Eğlence	
Yakıt	
Telefon	
Sigorta	
Tamirat	
Muhtelif (örneğin, gazete, kuaför)	
Eğitim	
Beklenmedik Giderler	
Diğer	
TOPLAM	

c. İleriye Bakmak

Bu erken aşamada bile, iş fikrinizin gelecek bir kaç yıl içerisinde nasıl değişebileceğini veya iyileştirilebileceğini düşünüyor olmanız gerekir. Yeni özellikler veya kullanım şekilleri ilave edebilecek misiniz? Sunduğunuz ürün veya hizmetler yelpazesini genişletmeniz gerekecek mi? Tesislerinizi genişletebilecek misiniz? Başarılı bir iş yönetebilmek için daima ileri bakarak plan yapmak gerekir.

C. BİR İŞ SAHİBİ OLARAK SİZ, KENDİNİZ

Elbette herkes başarılı bir iş sahibi olamaz; ancak birçok kişi bir işi karlı bir şekilde yönetebilir ve yönetmektedir. Tipik bir iş sahibi diye bir şey yoktur. Başarılı iş sahipleri erkek veya kadın, genç veya yaşlı olabilir. İş sahiplerinin her birinin çok değişik geçmişleri ve mevcut durumları vardır - iyi eğitilmiş, okuryazar

olmayan, kalifiye, işi olan, işi olmayan, kırsal kesimde, kent merkezinde, özürlü, sağlam-.

İş sahibi olmak için her hangi bir akademik sınava girmek gerekmez ve belli bir şekilde kalifiye olmanız gerekmez; ancak birçok iş sahibinde bulunan bazı ortak özellikler vardır. Bu konudaki detayları, KOSGEB'in "Girişimci Olabilir miyim?" adlı kitapçığında bulabilirsiniz. Bu kitapçık, "kendini istihdam" durumunun size uygun olup olmadığına karar vermenize yardım edecektir.

Bu aşamada kendi kişisel güçlü ve zayıf yanlarınızı, beceri, deneyim ve işe katabileceğiniz kaynaklarınızı gözden geçirmeniz yararlı olacaktır.

a. Destek

İş hayatında başarının kilit faktörlerinden birisi, birçok durumda, aileden gelen destektir. Aileniz kendi işinizi kurmanız konusunda ne düşünmektedir? Size destek olacaklar mı? Nasıl?

Bir iş kurmak ve devam ettirmek için birçok desteğe ihtiyaç vardır. Eğer bir iş fikriniz var ise ve bu fikri iş hayatına geçirebilecekseniz, mevcut destekler konusunda bilgi almak üzere KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü ile temasa geçin. Enstitü ile temas kurabilmeniz için gereken adres, telefon ve diğer bilgiler kitapçığın arkasında yer almaktadır.

b. Atmanız Gereken Adımlar

Neticede bir iş kurmanın mahiyeti nedir? İş fikriniz ne olursa olsun, bazı adımlar atmanız gerekecektir:

- Pazar araştırması yapınız
- Hammadde ve diğer malzeme kaynaklarını, arz ve fiyat durumunu kontrol

ediniz

- Üretim için gerekli diğer kaynakları inceleyiniz - tesis, makine, işgücü ve bilgi
- Toplam maliyet hesabı yapınız (sabit yatırım ve işletme sermayesini belirleyiniz)
- Toplam finansman ihtiyacınızı ve nereden kaynak bulabileceğinizi belirleyiniz
- Satış fiyatını tahmin ediniz
- Satışı nasıl gerçekleştireceğinizi planlayınız
- İşinizin yasal çerçevesinin ne olacağına karar veriniz
- Sizi etkileyebilecek yasa ve tasarıları inceleyiniz ve
- Bir iş planı hazırlayınız.

Bu kitapçığın geri kalan kısmında, bu başlıkların her biri altında yapmanız gereken işler detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

3. BÜTÜN YUMURTALARINIZI AYNI SEPETE KOYMAYIN

A. PAZAR ARAŞTIRMASI

Pazar araştırmasının amacı, ürününüzü satın almak isteyen insan sayısının, en azından geçiminizi sağlayacak kadar para getirebilecek bir iş hacmi oluşturup oluşturmayacağını anlamaktır. Pazar araştırması yapmak için değişik yollar vardır ve oldukça basit bir metot aşağıda önerilmiştir.

Önce, potansiyel müşterilerinizin kimler olabileceğini kendinize sorunuz.

Potansiyel müşterileriniz arasında, örneğin, şunlar olabilir: çocuklar, emekliler, sürücüler, özürllüler veya bunların hepsi ve ayrıca başkaları. Kimin müşteriniz olabileceğini bir yere yazmanızda fayda olacaktır.

a. Müşteriler Nerede?

Sonra, bu müşterilerin nerede olduklarını kendinize sorunuz. Bu müşteriler hemen sizin oturduğunuz sitede mi, yaşadığınız şehir civarında mı, ülkedeki tüm kent ve köylerde mi, hatta yurt dışında mı?

İçerisinde rahatlıkla hizmet verebileceğiniz alanı belirlemelisiniz. Örneğin, kuru temizleme işinde 15 kilometrenin ötesine eve teslim hizmeti sunmanın maliyeti fazla yüksek olabilir. O halde makul koşullarla hizmet verebileceğiniz alan veya bölge sizin pazarınızdır.

Pazarınız olarak gördüğünüz alanı bir yere yazınız. Şimdi, kendinize sorunuz: Bu pazar alanında yukarıda tarif edilen türden bir sınıflama ile kaç müşteri bulunmaktadır?

Sonra kendinize şu soruyu sorunuz: Bu müşterilerden kaç tanesi sizin sunacağınız türden ürün için para harcamaktadır veya harcamaya hazır olabilir?

Bu ürünleri halen kimin sağladığını saptayınız ve nihayet şu soruyu kendinize sorunuz: Müşteriler niçin rakiplerinizin ürünlerini değil de sizin ürünlerinizi satın alsınlar?

Bu soruları yanıtladığınız zaman, ürünlerinizin potansiyel satış hacmini tahmin hesaplarını yapmaya başlayabilirsiniz.

b. Yanıtları Bulmak

Peki bu soruları yanıtlamanın yolu nedir?

Bunu iki yoldan yapabilirsiniz:

- Başkalarının toplamış olduğu bilgiyi kullanabilirsiniz
- Gerekli bilgiyi kendiniz toplayabilirsiniz

Pazar alanınızı saptadıktan sonra, ürününüzün potansiyel müşterilerini o alana ait nüfus sayımı sonuçlarına bakarak belirleyebilirsiniz - DİE verileri size nüfus, hane sayısı vs. gibi bilgileri verir. Müşterilerinizin işletmeler olması ihtimali varsa sanayi ve ticaret kataloglarına bakabilirsiniz. Bu müşterilerin ürününüz için ne kadar para harcayabileceğini bulmak için aşağıdaki türden yayınları tarayabilirsiniz:

- Hane halkı harcamalar anketi
- Özel amaçlı pazar araştırma raporları
- Firma veri tabanı ve kataloğu

Sunmayı düşündüğünüz ürünleri halen kimin sağladığını bulmak için her türden sanayi ve ticaret rehberine başvurabilirsiniz.

Bu yayınlar yerel kütüphane veya meslek odalarında bulunur. Ayrıca KOSGEB Enstitü ve Merkezlerine başvurabilirsiniz.

c. Kendi Araştırmanızı da Yapmalısınız

Bazı durumlarda, eğer yeni bir ürünü araştırıyor iseniz, yeterli miktarda yayınlanmış bilgi mevcut olmayabilir. Ayrıca, toplamış olduğunuz bilgiye ilaveler olmasını isteyebilirsiniz. Her iki durumda da kendi araştırmanızı yapmanız gerekecektir. Bu ise doğrudan doğruya potansiyel müşterilerle konuşmak anlamına gelir. Bunu değişik yollarla yapabilirsiniz:

- **Yüz yüze görüşme**

- Telefon görüşmesi
- Posta anketi

Bunu yapmak için bir Pazar araştırması anket formu hazırlamanız gerekecektir. Bu zor olmamakla birlikte, üzerinde dikkatle düşünülmesi gerekir.

Bu konuda KOSGEB'in "Pazarlama Planı Rehberi" adlı yayınından yararlanabilirsiniz. Bu anket size şu tür soruların yanıtını bulmada yardımcı olmalıdır: Müşterilerin ürününüze ilgisi olacak mıdır? Ne kadar sıklıkla ürününüzü satın almak isteyeceklerdir? Ne fiyat ödemeye razı olacaklardır? Neden, ne zaman ve nerede satın alacaklardır?

Doğru uygulanırsa, anket size çok değerli bilgi sağlayabilir. Elbette, bir sonuç çıkarabilmek için kaç müşteri ile temasa geçmeniz gerektiğini belirlemelisiniz. Örneğin, pazar alanınızda bahçesi olan 1000 adet ev mevcut ise, bahçe hizmetleri pazarından her hangi bir şekilde emin olmanız için en az 100 evin sakinleri ile görüşmeniz gerekecektir.

d. Araştırmadan Çıkması Gereken Sonuç

Araştırma, çok önemli bir iş faktörünü saptamanıza yardımcı olmalıdır. Bu iş faktörü, sizin işinize has satış tahminidir. Diğer bir deyişle, insanların sizden mal veya hizmet satın alacak olmalarının nedenidir. İnsanların mevcut durumda mal ve hizmetleri neden satın aldıklarını inceleyerek bu faktörü saptayabilirsiniz.

İnsanlar ne gibi faydalar aramaktalar? Sizin sağlayabileceğiniz ilave faydalar olabilir mi? Rakiplerinize bakarak da bazı sonuçlar çıkarabilirsiniz:

- ! Hangi konuda pek de iyi değiller?
- ! Hizmet, kalite, tasarım, satış sonrası hizmet konularında zayıf tarafları var mı?

! Siz neyi daha iyi sunabilirsiniz?

Araştırma ayrıca size fiyat belirleme konusunda da yardımcı olmalıdır. Çok önemli iki bilgiye ihtiyacınız vardır: Pazar hangi fiyatı kaldırır ve sizin üretim maliyetiniz, her türlü masraf dâhil, ne olacaktır?

Birçok kişi, rakiplerden daha düşük bir fiyat belirlemek gerektiğini düşünür. Bu düşünceye karşı direnmelisiniz. Daha düşük fiyat belirlemekle kâr payı düşer ve bunu telafi için daha fazla satış yapmak zorunda kalırsınız.

Dolayısıyla, paranın karşılığını veren makul bir fiyat belirlemek ve müşteriye kendinize has bir satış tahmini ile yaklaşmak çok daha mantıklı bir yoldur.

Eğer bu ikinci yaklaşımın mümkün olmadığını düşünüyorsanız, o zaman düşündüğünüz ürünün pazara sunmaya değer olup olmadığını kendinize sormalısınız.

Pazar araştırmasının nihai sonucu, işinizin ilk yılı boyunca muhtemel satış hacmi konusunda gerçekçi bir değerlendirme yapabilecek durumda olmanızdır.

B. KAYNAKLARI YOKLAMAK

İş kurmak için normal olarak şunlara ihtiyacınız olacaktır:

- ! Hammadde, girdi
- ! Makine, ekipman
- ! İş yeri
- ! İş gücü
- ! Diğer

a. Hammadde, Girdi

Malzemeyi uygun kalite ve en iyi fiyata nerede bulabileceğinizi araştırmalısınız. Mümkünse malzemeyi doğrudan doğruya üreticiden almaya bakmalısınız, çünkü bu daima en ucuz fiyat demektir, ancak bu her zaman pratik olmayabilir. İşe yeni başlayan bir küçük girişimci sıfatı ile sizin iş hacminiz üretici için fazla küçük olabilir veya üretici yurt dışında yerleşik olduğu için tüm malzeme örneklerini görmeniz mümkün olmayabilir.

Ne olursa olsun perakendeciden almamaya çalışınız, çünkü perakendeciden alırsanız mümkün olan en yüksek fiyatı ödemek zorunda kalırsınız.

b. Makine, Ekipman

Ekipmanı yeni mi, yoksa ikinci el mi alıyorsunuz? Neticede elbette paranız neye yeterse onu alacaksınız ama bazı zamanlar kullanılmış ekipmanı çok iyi fiyata alabileceğinizi unutmayınız. Küçük ilanlara bakınız. Çoğu zaman kullanılmış ama oldukça iyi durumda olan ekipman ve aleti yenisinin yarısı fiyatına alabilirsiniz.

c. İşyeri

İşyeri edinmek elbette öncelikli bir konudur. Bu konudaki seçenekleriniz arasında şunlar olabilir:

- ! Evde çalışmak
- ! Tesis kiralamak
- ! Tesis satın almak
- ! Mobil (hareketli) tesis kullanmak

En iyi seçenek, birçok durumda ne tür bir işe girdiğinize bağlıdır.

Küçük boyutlu mamul üreten veya danışmanlık ve benzeri hizmet sunan birçok

kişiyeye evde iş yapmak uygun gelir. Bu elbette en ucuz seçenektir, ama bazı dezavantajları da vardır. Müşterilerinizin günde 24 saat sizi evden aramalarını gerçekten ister misiniz? İşyerinize daima o kadar yakın olmayı ister misiniz?

Bundan başka, kuracağınız iş dalında evde çalışmak için belediye izni olup olmadığı, belli malzemelerin evde depolanmasının yasak olup olmadığı gibi konuları da kontrol etmeniz gerekecektir.

Tesis kiralamak, girişimcilerin çoğu tarafından tercih edilen seçenektir. Yine, doğru seçim kuracağınız işyerine bağlı olmakla birlikte, küçük sanayi siteleri ve ticaret merkezleri cazip imkânlar sağlayabilir. Bu durumda kira sözleşmesini çok dikkatli hazırlamalısınız. Bu konuda bir hukukçuya danışabilirsiniz.

Tesis satın alma yoluna da gidebilirsiniz. Ancak bu seçenek daha başlangıçta büyük miktarda sermaye bağlamanızı gerektirir. Az sayıda küçük girişimci bu yolu izlemektedir.

Hareketli olmanın kuracağınız işe daha uygun olacağına karar verebilirsiniz - örneğin bir minibüs veya başka araç, iş nerede ise orada olmanızı sağlar.

Hangi seçeneği tercih ederseniz edin, önemli olan tercihinizin kuracağınız işe uygun olmasıdır. Tesisler doğru yerde midir? Doğru büyüklükte midir? İhtiyacınız olan tüm hizmet bağlantılarına sahip midir? İş planınıza uygun saatlerde kullanma izni var mıdır?

d. İş gücü

Kuracağınız iş için ihtiyaç duyulan kaynaklar arasında kendiniz dışındaki işgücü de olabilir. Birçok girişimci başlangıç aşamalarında bir aile mensubunu veya bir yakın

arkadaşını çalıştırarak bu ihtiyacı karşılamaktadır. Bu çoğu zaman başarılı sonuç verir; ama her zaman değil. Aile mensuplarınızı veya arkadaşlarınızı idare etmek güç olabilir. Örneğin, eşinizin kardeşi daima işe geç gelirse veya bir türlü işi beceremezse ne yapacaksınız? Bu durumda elbette iş için doğru olanı yapacaksınız ama bir ihtimal aile veya arkadaş ilişkileriniz zedelenebilecektir.

En iyisi, eleman alacağınız her pozisyon için görev tanımı yazmanız ve bu tanıma en uygun kişiyi o pozisyona getirmeniz olacaktır.

İş başarınız, kadronuza çok bağlı olacaktır. O halde elemanlarınıza karşı doğru şekilde davranmakla kazançlı çıkacaksınız. İş yapabilmek için gerekli şekilde eğitilmelerini sağlamalısınız. Gayreti ödüllendiriniz ve dikkatsizlik ve tembelliği cezalandırınız.

Zamanımızda işgücü istihdamı ile ilgili birçok yasa ve yönetmelik bulunmaktadır. Bu konuda yörenizdeki İŞKUR (Türkiye İş Kurumu) Müdürlüğü size yardımcı olabilir. Bu kurum aynı zamanda sizin için potansiyel işgücü bakımından çok iyi bir kaynaktır. İşe eleman alma ve eğitim verme konularında, fikir verebilir ve yardımcı olabilir. İş gücü temini konusunda faaliyet gösteren özel kuruluşlardan da yararlanmak mümkündür.

C. MALİYETLER

Bir kez ihtiyacınız olan kaynakları belirledikten sonra, artık maliyet tahmin hesaplarına başlayabilirsiniz. Şu maliyetleri hassas bir şekilde hesaplamalısınız:

- ! Hammadde, yardımcı malzeme ve diğer girdiler
- ! İşçilik maliyeti
- ! Genel giderler
- ! İşe başlama maliyetleri

a. Hammadde ve Yardımcı Malzeme Maliyetleri

Mal veya hizmeti üretmek/sunmak için gerekli hammadde/yardımcı malzeme miktarını ve maliyetini, genellikle, oldukça doğru olarak hesaplayabilirsiniz, yalnız fire için pay bırakmayı unutmayınız. Mesela bir kitap rafı imal etmek için bir tabaka sunta satın almanız gerekiyorsa ve ancak tabakanın adetçe dörtte üçü net olarak kitap rafına gidiyorsa, ayrıca kalan dörtte bir tabakayı da başka işte kullanamıyorsanız, o zaman tabakanın tamamının fiyatını bu kitap rafının maliyetine dâhil etmek zorundasınız. Malzeme fiyatı hesaplamanın inceliklerine dair örnekler arasında, paketleme maliyeti ile, iplik ve düğme maliyeti gibi, tek tek küçük görünen ama toplandığında önemli rakamlara ulaşan maliyetleri sayabiliriz.

b. İşçilik Maliyeti

İşçilik maliyetini hesaplayabilmek için, birim mamulü imal etmek için ne kadar işçilik zamanı harcadığınızı bilmeniz gerekir. Ayrıca saat başına ücret ile, sigorta ve ücretli izin gibi ilgili maliyetleri bilmeniz gerekir.

Toplam ücret ve diğer maliyetleri toplam net çalışma saatine bölünüz (ve unutmayınız ki 40 saatlik çalışma haftasında ancak 30 saatlik veya biraz daha fazla üretken ve verimli çalışma vardır). Bu size işçilik saat maliyetini (saat başına işçilik maliyetini) verir. İşçilik saat maliyetini birim mal veya hizmet için gerekli işçilik saati ile çarparsanız, o mal veya hizmet için işçilik maliyetini hesaplamış olursunuz.

c. Genel Giderler

Bu iki maliyetin, yani yukarıda anlatılan malzeme ve işçilik maliyetinin toplamı, birim ürün için "doğrudan maliyet" denen maliyet unsurunu verir. Doğrudan

maliyeti satış fiyatından çıkarınca kalan miktara, "brüt kâr" denir. Bu noktada genel giderlerinizi de hesaplamanız gerekir. Genel gider kalemleri işletmeye göre değişmekle birlikte, sizin işiniz içinde şu kalemler muhtemelen geçerlidir:

- ! Kira
- ! Vergi ve SSK, Bağkur ödemeleri
- ! Harçlar
- ! Elektrik
- ! Reklam
- ! Sigorta
- ! İletişim
- ! Posta
- ! Kırtasiye
- ! Ulaşım
- ! Muhasebeci ücreti
- ! Banka masrafları ve faiz
- ! Bakım-onarım

Ayrıca "amortisman" için de bir maliyet payı düşünmeniz gerekecektir. Bunun anlamı, her yıl kenara bir miktar fon ayırarak gerektiği zaman bu fonu kullanıp ekipman veya araçlarınızı yenilemektir.

Genel giderleriniz toplamını yıl boyunca gerçekleşeceğini tahmin ettiğiniz üretim miktarına bölerek, birim ürün için dolaylı maliyeti hesaplırsınız. Ancak unutmayınız ki eğer üretim bu tahmin ettiğiniz miktarın altında gerçekleşirse, o zaman birim dolaylı maliyetiniz yükselecektir.

d. Kurmayı Düşündüğünüz İş Ekonomik mi?

Tüm bu maliyetleri hesapladığınız zaman, kurmayı düşündüğünüz işin ekonomik

olup olmadığını değerlendirmeniz m¼mk¼n olacaktır.

nce satış geliri tahminlerinizi ele alınız. Doğrudan maliyetlerinizi satış gelirinden çıkarınız. Elde kalandan (br¼t k¼r) dolaylı maliyetinizi çıkarınız. şimdi elde kalan, vergi öncesi net k¼r miktarıdır. Eğer doğrudan maliyet içerisinde kendiniz için de bir ücret d¼hil ettiyseniz, bu k¼r sizindir, istediğiniz gibi kullanabilirsiniz. Elbette, özellikle ilk yıllarda, k¼rın m¼mk¼n olduğunca büyük kısmını işletme içinde bırakmak uygun bir davranış olacaktır.

e. rnek Maliyet Tahmini

1 adet kitap rafı

(Aşağıdaki hesaplamalarda bir işçinin 1 adet rafı 1 saate yaptığı varsayılmıştır.)

<u>Malzeme</u>	TL
Sunta	6.350.000
Vida	400.000
Cila	350.000
Toplam Malzeme	7.100.000

İşçilik

Haftalık toplam ücret sigorta ve ücretli izin d¼hil 60.000.000 TL.

Haftada net 30 saat çalışma hesabı ile saat başı işçilik maliyeti: $60.000.000/30=$
2.000.000 TL

Genel Giderler

Haftalık toplam 57.000.000 TL

Bir işçi istihdamı varsayımı ile işçilik saati başına genel gider: $57.000.000/30=$

1.900.000 TL

TOPLAM	11.000.000 TL
<u>%20 kâr ilavesi</u>	<u>2.200.000 TL</u>
SATIŞ FİYATI	13.200.000 TL

4. MALINIZI İYİ TANITINIZ!

A. SATIŞI GERÇEKLEŞTİRMEK

Satış yoksa iş de yoktur, o halde iş hayatında birinci öncelik satıştır. Satış kendi kendine olmaz - belli faktörlerin bir araya gelmesini gerektirir: Doğru ürünü doğru fiyatla doğru yerde ve doğru zamanda bulundurmanız ve bu ürünü de müşteriye tanıtmanız gerekir.

Bu faktörleri bir araya getirmek hatırı sayılır derecede gayret gerektirebilir. Buna "pazarlama planı" denir. Eğer bu faktörleri mantıklı bir şekilde bir araya getirmezseniz, satış gerçekleştirmeniz oldukça zor olacaktır.

a. Ürün

Doğru ürün sunmak demek, sunulan ürünün doğru kalitede ve doğru tasarımda olması demektir. Doğru ürün sunmak, değişik boy ve renk sunmak anlamına da gelebilir. Diğer bir deyişle, müşteriye aradığı şeyi sunmalısınız.

b. Fiyat

Doğru fiyat, pazarın kaldıracığı fiyattır, yani insanların ödemeye hazır ve razı oldukları fiyattır. Eğer sunduğunuz ürüne insanlar 1000 TL ödemeye hazır ve razı iseler, siz neden 900 TL fiyata satacaksınız?

Şüphesiz, rakiplerinizin ne fiyatla sattığını gözlemeniz gerekir, ancak, tekrarlamak gerekirse, sizin satış yapabilmeniz için her zaman rakiplerinizden daha düşük fiyat istemeniz gerekmez.

Bazen, esas itibarı ile aynı ürünü rakiplerinizden daha o yüksek fiyatla ve daha çok miktarda satmanız mümkün olur. Neden? Çünkü müşterileriniz sunduğunuz şeyin, sadece fiyatına değil, bütününe bakarlar ve eğer paralarının karşılığını aldıklarına inanırlarsa, yüksek fiyat onları caydırmayabilir. Ancak, neticede, ne fiyat isterseniz isteyin, bu fiyatın maliyetlerinizi karşıladığından ve size bir kâr bıraktığından emin olunuz.

c. Yer

Doğru yer, müşterinizin malınızı nerede ve nasıl en kolay satın alabileceğine bağlıdır. Bu bakımdan bazı seçenekler vardır:

- ! Doğrudan satış - kendi üretim yerinizden veya müşterinin yerine giderek veya telefon ederek
- ! Posta siparişi/internet - Müşteri katalogdan sipariş eder ve postadan teslim alır
- ! Toptancılar, bayiler aracılığı ile
- ! Perakende - dükkân veya süpermarket de

İşinize en uygun olan seçenek veya seçenekleri belirleyiniz. Örneğin, pasta imal ediyorsanız, pastanelerle birlikte oteller de kendi müşterileri için sizden pasta alabilirler.

B. TANITIM

İşletmenizin tanıtımı en zor işlerden biri olarak karşınıza çıkabilir. Koskoca bir dünyada küçücük bir işletmesiniz. Nasıl sesinizi duyuracaksınız? Birçok kişinin

aklına ilk anda reklam gelir ve bu da bir çok durumda uygun olabilir, ancak reklam pahalı da olabilir. İşletmenizi tanıtmanın en iyi yolu iyi mal üretmek ve bu malı iyi hizmetle desteklemektir. Tatmin olan müşteri tekrar gelir ve başka müşteriye de anlatır.

İşletmeniz için dikkat çekici bir isim seçiniz ve eğer paranız yeterse, kırtasiye ve kartvizit tasarımını bir profesyonel grafik tasarımcıya veriniz. Bunlar çoğu zaman işletmeniz hakkındaki ilk izlenimi oluşturur. Telefon edip sizi bulamayanları aramak, mektuplara yanıt vermek, randevulara zamanında gitmek gibi basit konular işletmenize profesyonel bir imaj kazandıracaktır.

Medyayı kullanarak bedava tanıtım fırsatlarını kollayınız. Medyanın ilgisini nasıl çekebilirsiniz? Eh, iş yerinizi açtınız. Bu ilginç olabilir. Ama bir özel açığı yaratabilir misiniz? Belki girdiğiniz iş kolundaki ilk girişimci olmak durumundasınız? Belki eski bir işletmeyi yeniden canlandırmaktasınız? Medyaya öyle bir konu veriniz ki, üzerine bir haber kurabilsinler.

Reklamı dikkatli yapınız. Yayınlatacağınız herhangi bir reklamın potansiyel müşteriler tarafından görüleceğinden ve okunacağından emin misiniz? Söz konusu reklamı sadece bu soruya samimiyetle evet yanıtı verebiliyorsanız yayınlatınız. Yaptığınız herhangi bir tanıtım faaliyetinin getirisini ölçmeye çalışınız. Bazı tanıtım faaliyetleri etkili olur ve iyi satış getirir, bazıları da hiçbir işe yaramaz O halde, örneğin, belli bir reklam sonucunda soru veya satışların artıp artmadığını kontrol ediniz.

İşinizi tanıtmanın başlıca yollarından birisi de bir bağlantı ağı oluşturup bunu kullanmaktır. Bir küçük işletme sahibi sıfatı ile insanlarla tanışıp bir çevre edinmelisiniz. İnsanları müşteriniz veya müşteriye giden bağlantılar olarak

görmelisiniz. Gün boyu değişik yerlerde yeni insanlarla tanışacaksınız.

Kartvizitinizi daima yanınızda bulundurunuz ve tanıştığınız herkese kartınızı mutlaka veriniz. Günlük hayat içerisinde tesadüfen oluşan bağlantılarınızdan başka, yeni bağlantılar oluşturmaya çalışınız:

- ! Bulduğunuz yerdeki İş Adamları Derneğine ve diğer kuruluşlara üye olunuz, bunlar yoksa siz öncü olup kurunuz
- ! İşinizle ilgili olan ve davet edildiğiniz eğitim semineri ve kurslarına katılınız
- ! Sektörünüzdeki fuar ve sergileri ziyaret ediniz Tanıştığınız herkesin kartvizitini saklayınız. Nihayet, daima insanlara teşekkür ediniz. Müşterilerine veya kendilerine iş kurmada ve yönetmede yardımcı olan insanlara teşekkür etmeyi unutan insanlar maalesef şaşkırtıcı derecede çoktur.

Satış üretebilecek bir pazarlama planı geliştirmek için bu dört alanın hepsini incelemeniz gerekecektir. Bu konuda, bu kitapçığın ekindeki Pazarlama Planı Formatından ve KOSGEB'in "Pazarlama Planı Rehberi " adlı yayınından yararlanabilirsiniz.

C. SATIŞ

Pazarlama planı artık hazır olsa da, yapmanız gereken bir şey daha vardır: Satış. Bazen denir ki satış personeli doğuştan satış personelidir. İyi satış yapabilmek için bazı beceri ve tavırlara sahip olmak gerektiği doğrudur; ama bunun çoğu öğrenilebilir ve sağduyu burada önemi bir rol oynar. Ağzı laf yapan satış personeli veya pazarlamacı imajını unutunuz. Satış, malınızı bilmenize, müşterinin ihtiyacını ve malınızın bu ihtiyaca nasıl cevap verebileceğini öğrenmiş olmanıza bağlıdır. O noktada siz ve müşteri arasında her iki tarafın en iyi koşulları aradığı bir pazarlık süreci yaşanabilir. Yani hem sizin hem de müşterinin memnun olacağı bir durum yaratmaya çalışınız. Eğer iki taraf da mutsuz olursa ilişki yakın bir zamanda bozulur, çünkü tekrarlanan satış ancak iyi ilişkiler üzerine kurulabilir. İnsanlar

hoşlandıkları ve güvendikleri insanlardan mal almayı tercih ederler.

Neticede, ısrarlı satış tavrında pek bir anlam yoktur; bu sadece kısa dönemli bir yaklaşım olabilir. Müşterinize zaman ayırınız ve onun güvenini kazanınız. Satış faaliyeti için yola çıkarken iyi plan yapınız. Her temas için amacınızın ne olduğunu belirleyiniz. Her seferinde amaç sipariş almak olmayabilir. Müşteri ziyaretini sadece kendinizi ve ürününüzü tanıtmak için yapıyor olabilirsiniz veya amacınız sadece bilgi toplamak olabilir.

Müşteri ile temasta dikkatli olunuz - özellikle fazla uzun oturmayınız.

Konuştuğunuzun iki katı dinleyiniz. Alabildiğiniz tüm bilgiyi alınız - olumsuz geri-bildirim bile yararlı olabilir. Fiyat listesi veya örnek mamul göndermek ve diğer konularda verdiğiniz sözleri tutunuz.

Satış, ağız laf yapan birinin işinden çok, sebat ve iyi sunuş yapan birinin işidir.

5. TÜCCAR VEYA ESNAF OLABİLİR MİSİNİZ?

A. İŞLETMENİZİN YASAL ÇERÇEVESİ

İşletmeniz için değişik yasal statü imkânları vardır. Her statü için değişik vergi kuralları olması bakımından, statü seçerken muhasebecinize danışmanızda yarar vardır. Ayrıca KOSGEB'in "Şirket Yapıları ve Kuruluş Aşamaları" adlı kitabından faydalanabilirsiniz.

a. Tüccar ve Esnaf

Ticaretle uğraşan her gerçek kişi tüccardır. Tek başınıza ve küçük sermaye ile ticaret yapıyorsanız, esnaf sayılabilirsiniz. Tüccar ve esnaf, borçları için tüm

serveti ile sorumludur. Tüccar ve esnaf arasında vergi yasaları ve kuruluş aşamaları bakımından farklar vardır.

b. Adi Ortaklık

Birden fazla tüccar bir araya gelerek adi ortaklık kurabilirler. Bu durumda biri birlerinin borçları için her biri müteselsilin ve tüm serveti ile sorumludur.

c. Limitet Şirket

En az iki gerçek veya tüzel kişinin kurduğu ve borçlara karşı olan sorumluluk konulan sermaye kadar olan, ayrı tüzel kişiliğe haiz bir şirket türüdür.

d. Anonim Şirket

İş kurma aşamasında anonim şirket uygun olmayabilir. Buna karşılık kurulan iş yeterince büyüdüktan sonra ise anonim şirket kurulması gerekir. En az beş kişi ile kurulabilen anonim şirkette maksimum ortak sayısı yasa ile sınırlanmamıştır. Asgari sermaye belirlidir.

e. Kolektif Şirket

Bir işletmeyi bir ticaret unvanı altında işletmek amacıyla gerçek kişiler arasında kurulan şirket türüdür. Ortaklarının hiç birinin sorumluluğu şirket alacaklarına karşı sınırlanmamıştır.

f. Kooperatif

Gerçek veya tüzel kişiler, ekonomik menfaatlerini, özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlamak ve korumak amacıyla kooperatif kurabilir. Tüzel kişiliğe sahip olan kooperatifler değişir ortaklı ve değişir sermayeli olup en az yedi ortaklı kurulur.

g. Ticaret Unvanı ve İşletme Adı

Ticaret unvanı, ticaretle iştigal eden gerçek kişi veya tüzel kişinin ticaret işlemlerinde kullanacağı addır. Ticaret unvanından ayrı bir işletme adı da edinilebilir.

Ticaret unvanı gerçek kişinin kendi adından ve istenirse yanılıcı olmamak şartı ile dâhil edilebilecek, mesleğe veya işin özelliğine işaret eden eklerden ibarettir.

Ticaret unvanında "Türk, milli, Türkiye Cumhuriyeti" sözlerinin kullanılması Bakanlar Kurulu iznine tabidir.

Tüzel kişilerin ticaret unvanı, anonim şirket veya limitet şirket gibi, tüzel kişiliğin yasal statüsünü içermek zorundadır. Ticaret unvanı tescil edilebilir. İşletme adı da yanılıcı olamaz ve önceden bir işletme adı edinenlerin hakkı mahfuzdur.

B. İŞLETMENİZLE İLGİLİ YASALAR

İşletmenizle ilgili olabilecek yasaların bir kısmı aşağıda sıralanmıştır:

- ! Vergi Usul Kanunu
- ! Sosyal Sigortalar Kanunu
- ! Bağ-Kur Kanunu
- ! Türk Ticaret Kanunu
- ! İş Kanunu
- ! Umumî Hıfzıssıha Kanunu
- ! Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu
- ! Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu
- ! Odalar ve Borsalar Kanunu

C. FİNANSMAN ORGANİZASYONU

Kuracağınız iş için gerekli finansmanı organize etmek için toplam iş kurma

maliyetlerinizi çıkarmalısınız. İş kurma maliyetleri içinde şunlar olabilir:

- ! Arazi temin, düzenleme
- ! Etüt - proje
- ! Bina inşaat / tadilat
- ! Makine - ekipman / montaj
- ! Taşıma
- ! Genel giderler
- ! Beklenmeyen giderler
- ! Diğer giderler

İş kurma maliyeti içerisinde işletme sermayesi de olacaktır. Satış gelirleri tahsil edilene kadar geçecek zamanda yapılması gereken harcamalar işletme sermayesinden ödenecektir. Gerekli işletme sermayesini hesaplamak için bir nakit akış tahmini hesaplamamız gerekecektir. Bu kitapçığın arkasında yer alan "İş Planı Rehberi" bölümünde bu konuda bir format bulabilirsiniz. Nakit akışı tahmini demek, satılan mal ve hizmet bedelinin ne zaman tahsil edileceğini aylık bazda tahmin etmek demektir. Bunun yanı sıra, ücretler, malzeme ve genel gider kalemleri için ne zaman ve ne kadar ödeme yapmanız gerekeceğini belirlemelisiniz. Gelirler ve giderler arasındaki fark, giderler daha fazla olduğunda, ihtiyacınız olacak ilave paradır. Bu ihtiyaç genel olarak kişisel borçlanma veya banka kredisi ile finanse edilir. Gerekli işletme sermayesini hesaplamak üzere, nakit akış tablolarını en azından 12 ayı kapsayacak şekilde hazırlayınız ve bu süre içerisinde ilave para ihtiyacının tepe noktasını belirleyiniz. Sonra kendinize sorunuz: Eğer satışlar beklediğimiz gibi olmazsa veya maliyetlerimiz beklenenden yüksek olursa, bu tepe noktasının değeri ne olurdu? Elbette bu durumda işletme sermayesi ihtiyacı da yükselir. Ne yaparsanız yapınız, işletme sermayesi ihtiyacını olabileceğinden düşük hesaplamayınız. Ve şunu unutmayınız: Daha fazla satış daha fazla işletme sermayesi ihtiyacı demektir. Satışları ve işinizi büyütme fırsatları

ortaya çıktığında, bunları kullanacak finansman imkânlarına sahip olacağınızdan emin olunuz.

İşiniz için gerekli parayı değişik yollardan bulabilirsiniz:

- ! Kendi paranızı sermaye yapabilirsiniz
- ! Kişisel borç alabilirsiniz
- ! Başkalarını işinize sermaye koymaya ikna edebilirsiniz
- ! Ortaklık kurabilirsiniz
- ! Kredi alabilirsiniz

a. Kendi Paranızı Sermaye Yapmak

Aslında bu yol ilk önce kullanılacak yoldur, çünkü başkaları size ihtiyacınız olan paranın tamamını vermeyecektir. Kendi paranızı sermaye yapmanız, sizin bu işe kendinizi adadığınızın bir işaretidir.

b. Borç Almak

Genellikle bankalardan borç alınmakla birlikte, başka kaynaklar da bulunabilir. Önemli olan, borcun nasıl geri ödeneceğini bilmektir. Borç almadan önce, işinizin geri ödemeleri yapacak kapasiteye sahip olup olmadığını kontrol ediniz. Değişik kaynakları değerlendirerek, en iyi faiz ve diğer ödeme koşullarını araştırınız. Sizden teminat istenebilir. Teminat olarak neyi gösterebileceksiniz? Borçlanmanızı belli ihtiyaçlara göre yapmanız akıllıca olacaktır. Örneğin bir taşıt aracının verimli ekonomik ömrü üç-dört yıldır; o süre üzerinden finansman planlayınız. Öte yandan bir bina 20-30 yıl hizmet verir; bina için finansmanı da o süre üzerinden planlayınız.

Basit kural şudur: Kısa dönemli aktifler için kısa dönem finansman, uzun dönemli aktifler için uzun dönemli finansman. Diğer bir deyişle, örneğin, kendi

alacaklarınızı bir yıllık bir banka kredisi ile finanse etmeniz yeterli olacaktır, çünkü alacaklarınızın çoğunu bir yıl içerisinde muhtemelen tahsil edeceksiniz. Öte andan bir taşıt aracı veya bir bina için hizmet süreleri bazında finansman organize etmelisiniz. Yani, taşıt aracını üç-beş yıllığına kiralarsınız, binayı da 15-20 yıllığına ipotek edersiniz.

c. Başkalarının Sermaye Koyması

Başkalarını işinize sermaye koymaya ikna edebilirsiniz. Bu kişiler aile mensupları, akrabalar veya arkadaşlarınız olabilir veya bir risk sermaye şirketi de olabilir. Bu şirket yeni girişimcilere sermaye konusunda uzmanlaşan bir şirkettir. Ancak, genellikle kârlılık düzeyi yüksek, yenilikçi iş fikriniz varsa ve bunu iyi bir iş planı ile kanıtlayabiliyorsanız risk sermayesine ulaşabilme şansınız vardır.

d. Finansman Yönetimi

Sermayeyi bir kez temin ettikten sonra, artık onu yönetmek zorundasınız. Bu da bir finansman yönetimi sistemi kurmak anlamına gelir. Bu sistemin karmaşık olması gerekmez. Finansman yönetimi sistemini iş yerinizin açıldığı birinci günden itibaren kullanılmaya hazır ediniz.

D. İŞ PLANI

Şimdi de, bu kitapçıkta sözü edilen tüm konuları bir iş planı dâhilinde bir araya getirmeye çalışmalısınız.

İş Planı Rehberi bölümü size bu konuda yardımcı olacaktır. Ayrıca KOSGEB'in "İş Planı Rehberi" ve "İş Planı Dosyası" adlı yayınlarından yararlanabilirsiniz.

Bir banka ya da başka finans organizasyonundan yardım isteyecekseniz, bir iş planı elbette çok yardımcı olacaktır. Ama bunun da ötesinde, iş planı hazırlama

gayreti size kendi işinizi iyice kavramada çok yardımcı olacaktır. En önemlisi, iş planı son derece kullanışlı bir kontrol aracı olarak hazırlanabilir.

B. BÖLÜMÜ - İŞ PLANI

1. İŞ PLANI NEDİR?

İş planı, girişimcinin kurulu veya kurmayı düşündüğü iş ve işletmesi ile ilgili düşüncelerinin, hedeflerinin, planlarının yer aldığı bir dokümandır. Bu doküman, girişimciye, iş kurma ve işletme sürecinde yol gösterici bir rehberdir. İş planı, girişimcinin özelliklerini ve hedeflerini, işletmenin geçmiş ve mevcut dönem özelliklerini, gelecekte beklenenlerini, işletme yapısı ve ortaklarını, ulaşmak istediği müşteri kitlesi ve hedeflediği piyasaların özelliklerini, hedef müşteriye ulaşmak için uygulayacağı satış ve pazarlama çalışmalarını, üretmeyi planladığı yeni ürün/hizmetleri, üretim için iş süreçlerini, işletmeyi yürütmek için gerekli idari süreçleri ve örgütlenmeyi, işletmenin tahmini üretim ve satış planlarını, işletmenin finansal hareketlerini, finansal karlılığını, karşı karşıya olduğu risk ve fırsatları gösteren bir dosyadır.

Kısaca en temel biçimde iş planı, işletmenin başarılı olması, en azından ekonomik anlamda varlığını sürdürebilmesi için neler yapması ve bunları nasıl yapması gerektiğine karar verme sürecidir. İş planı, büyük ya da küçük bütün işletmeler tarafından kullanılabilir. İş planı hazırlama süreci ve elde edilecek sonuç, söz konusu işin boyutlarına ve karmaşıklığına göre değişmektedir. Küçük işletmeler için yapılan iş planı kısa sürede hazırlanabilirken, büyük işletmeler için çok sayıda alternatiflerin gözden geçirilmesi ve bu sürece çok sayıda kişinin katılması, planın hazırlandığı zaman diliminin uzamasına neden olabilir. İş planı hazırlanmadan önce,

işletmenin tanımlı hedefleri ve bir vizyonu olması gerekir. Ancak bu şekilde hazırlanan bir iş planı yol gösterici bir rehber niteliği taşır. İş planı bir kez hazırlanıp bırakılmamalı, iş planındaki temel karar ve planları etkileyecek gelişmeler olduğunda, iş planı yenilenmeli ve her zaman işletmeye yön gösteren karar, hedef ve planlar dokümanı olarak saklanmalıdır.

2. İŞ PLANININ KULLANIM ALANLARI

İş planı, bir firmaya genel olarak mantıklı bir yön duygusu kazandırır. Bu genel amaç dışında iş planının çeşitli hedefleri mevcuttur. Bunlar kullanım amaçlarıyla yakından ilgilidir. İş planı, yeni kurulacak bir işletme için yol gösterici bir rehber olmasının yanında, mevcut durumunu kontrol etmek ve büyümek isteyen kurulu işletmeler tarafından da kullanılır. İş planı, işletmeyi dış tanıtım amacına yönelik olmak üzere, özellikle işletmenin dış finansman ihtiyacı olduğunda, risk sermayesi şirketlerine, bankalara, olası ortaklara veya üniversite ve kamu kurumlarına işletmeyi tanıtım amaçlı hazırlanır.

İş planından işletme içi kullanımı kapsamında, yeni iş kurmak, mevcut işini büyütmek, yeni ürün/hizmet sunmak, yeni müşteri gruplarına ulaşmak, üretim sürecini gözden geçirip verimliliğini artırmak, işletmenin hedeflerini gözden geçirip yeni hedefler belirlemek, işletmenin yönetim ve örgütlenme sistemini yenilemek, işletmesinde temel finansman yönetim yapısını oluşturmak, mali verileri yönetim kararlarında kullanmak ve yeni kapasite yatırımı yapmak isteyenler tarafından yararlanır.

İş planının aynı zamanda, işletmenin önemli dış ortaklarıyla olan ilişkilerinde de kullanım alanları mevcuttur. Öncelikle iş planı bu kesimleri, işletmenin hedefleri, yapısı ve performansı konusunda bilgilendirmek için kullanılmaktadır. İşletme için

mali ya da mali olmayan dış destek ihtiyacı varsa, bu kullanım daha da önem kazanır. İş planı, mevcut ya da potansiyel yatırımcıların ve çeşitli destekler sağlayan kuruluşların desteği için de aynı şekilde önem taşır.

3. İŞ PLANININ FAYDALARI

İş planının, yeni kurulacak bir işletme ve kurulu işletmeler için kullanım alanlarına ve amaçlarına göre çeşitli faydaları vardır. İş planının en temel faydası, mevcut veya kurulacak işletmenin hedeflerinin belirlenmesi ve bunların yazılı hale getirilmesini sağlamasıdır.

İş planı, yeni kurulacak bir işletmenin, üretimi düşünülen ürün/hizmet hakkında; bağlı olduğu piyasanın ve talebin genel özelliklerini, üretim, satış-pazarlama, finansman, yönetim ve organizasyon stratejilerini, işletmenin ihtiyaç duyduğu sermayeyi, beklenen getiriyi, karlılık düzeyini, oluşabilecek risk ve avantajları işletme kurulmadan önce araştırıp, belirleyen önemli bir dokümandır.

İş planı, işletmenin zayıf ve güçlü yanlarını, yeni ya da muhtemel problem alanlarını saptayarak performansını iyileştirebilir. İş planı, işletmenin güçlü yanlarını vurgulayarak zayıf yanlarını düzeler ve gelişim stratejileri oluşturulmasını sağlar. Yönetim ve personele, firmanın performansı ve önceliklerine ilişkin beklentileri iletir. Ayrıca, firmanın çeşitli bölüm veya birimlerine ait planlama işlemlerini koordine ederek bunların tutarlılığını sağlar. Bunun yanı sıra iş planı, firmanın tamamının veya birimlerinin ya da yöneticilerinin performansını ölçmek için sağlam ölçüler oluşturur. Diğer taraftan iş planı ve iş planı geliştirme süreci, işletmenin yöneticilerini eğitmek ve motive etmekte kullanılabilir.

İş planı uygulamalarının işletme geliştirme sürecine ve kurumsallaşmaya çeşitli katkıları vardır. Bunları ayrıntılı olarak şu şekilde sıralamak mümkündür; işletme içi görev dağılımının tam olarak yapılması, müşteri kitlesi, talep ve özelliklerinin bilinmesi, bir pazarlama politikası ve buna bağlı pazarlama planı olması, satış planlamasının, üretim ve tedarik planlaması ile koordinasyonunun sağlanması, üretimde verimliliğin sağlanması, ortak ve çalışanların işletmedeki varlık nedenlerinin saptanması, gerçekçi bir bütçe sistemine sahip olunması, finansal yönetim altyapısının kurulmuş ve uygulanmakta olması, işletme karlılığının izlenmesi gibi, işletmenin gelişerek varlığını sürdürebilmesi için hayati olan konularda karar vericilerin işlerini kolaylaştırıcı, yol gösterici bir kaynaktır.

İş planının yukarıda sayılan iç kullanım faydalarının yanı sıra, dış kullanımında da işletmenin tanıtımında güçlü, aydınlatıcı, genel anlamda kabul gören, işletmenin ulaşmak istediği çevrelere kendini ifade etmesini sağlayan, profesyonelliğini ortaya koyan bir doküman olma özelliği vardır. İş planı olan bir işletme, yeni ortaklara, finansmana ihtiyaç duyduğunda diğer işletmelere göre önemli bir avantaj elde etmektedir. Çünkü günümüzde bir işletmenin herhangi bir nedenle dış tanıtımı için hazırlanmış bir iş planı, öncelikli aranan bir koşul olmaktadır.

4. İŞ PLANI HAZIRLAMAK

İş planı, girişimciler tarafından hazırlanan ve yatırımcılara, kredi kuruluşlarına veya devletin ilgili birimlerine kurulması tasarlanan işin ayrıntılarını gösteren bir plandır. İş planı, kurulacak iş için yapılan tüm araştırmaları kapsar. İş planının hazırlanması, yeni bir işin getirdiği risklerin azaltılmasında önemli bir rol oynar. Ayrıca, iş planları girişimcilere iş kurma sürecinde yol gösteren bir rehberdir.

Girişimcilerin sermayeleri ve işletmelerini korumalarına yardım eder. İş kurulduktan sonra işin yürütülmesinde de yönetime rehber olur. İş, bir fayda yaratmak için girişilen beşeri faaliyetler dizisi olarak tanımlanır. İşletmelerde iş adı verilen ve bir amacı olan, birbirleri ile ilişkili faaliyet grupları bulunur. İş planının amacı planı inceleyen kişilere girişimci ve iş fikri ile ilgili genel bir bilgi vermektir.

İş fikrinin ilk aşamada kısaca tanıtılması amacıyla girişimci kurmak istediği işi, işletmenin adını, genel olarak sunulacak ürün ve hizmetleri, işletmenin kapasitesini, ilk etapta ulaşmak istediği müşteri kitlelerini, işin kuruluğu için finansman gereksinimini, iş gücü ve iş yeri bilgilerini bu bölümde özetler.

İyi tasarlanmış bir iş planı:

- İş kurmada rehber olur.
- Sermayeyi kullanmada yardımcı olur.
- İşi yürütmek için yönetime rehber olur.

A. İş PLANI ÇEŞİTLERİ

Planlar aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir:

a. Sreye Göre Sınıflandırma

Planlarda süre önemlidir. 1 yıla kadar olan planlar kısa vadeli planlar, 1 ile 5 yıl arası olanlar orta vadeli planlar. 5 yıldan daha uzun süreli olanlar uzun vadeli planlar olarak isimlendirilir. Planlama, denetleme amacıyla da yapılır. Bu düzeyde planlama %50, %60 işlevsel konularla ilgili olarak günlük yapılır.

b. İşleve Göre Sınıflandırma

Tüm planlar, bir işin pazarlama, üretim, finans dağıtım gibi işlevsel alanlarına göre yapılabilir. Bir retim planında; üretim programlaması, sipariş, teslimat ve ham

maddelerin denenmesi, belirli çalışmalar için personel bulunması ile imal edilip satışı sunulacak ürünün en son durumu bulunur.

c. Faaliyet Alanına Göre Sınıflandırma

Planda kimin ya da hangi bölümlerin yer alacağı belirtilir. Plan; sadece bir grup üretim işçisini, tüm bölümü, birkaç bölümü ya da tüm örgütü kapsayabilir. Büyük örgütlerde planları yürütmek için, işlem ve yöntemlerin olması gerekir. İşletme politikası, yöneticinin yönünü belirlemesi ve hedefe ulaşmasında karar vermesini sağlar. Ona birtakım yetkiler verir ve sorumluluk yükler.

B. İŞ PLANININ HAZIRLANMASINDA DİKKAT EDİLECEK KURALLAR

İş planı, girişimcinin işi ile ilgili düşüncelerin, hedeflerin, planların yer aldığı bir dosyadır. Bu dosya girişimcinin işini kurma ve işletmesini geliştirme dönemlerinde yol gösterici rehberdir.

İş planı:

- Girişimcinin özelliklerini ve hedeflerini,
- Kurulacak işin temel niteliklerini, yasal yapısını, ortaklarını,
- Hedeflediği piyasanın özelliklerini,
- Müşteri kitlesine ulaşmak için uygulayacağı satış ve pazarlama çalışmalarını,
- Ürün ya da hizmetlerini üretmek için uygulayacağı süreçleri,
- Kuracağı işletmenin teknik sistemlerini,
- İşletmeyi yürütmek için gerekli idarî süreçleri ve örgütlenmeyi,
- İşletmenin tahmini ve üretim ve satış planlarını,
- İşletmenin finansal hareketlerini,

- İşletmenin finansal karlılığını gösteren bir dosyadır.

İş planı yatırımcı veya faizle finans sağlayan kişi kurum veya kuruluşlara iş tasarısı hakkında bilgi veren dokümandır. Çalışmaya başlamadan önce yapacağınız iş planı yaptığınız tüm araştırmaları kapsamalıdır. Beklenmeyen sorunlar veya bunların etkileri iş planı yoluyla önlenebilir veya tehlikeleri azaltılabilir.

Bir iş planı yapılırken ana başlıklar belirlenip bunlar için ayrı dosyalar oluşturulmalıdır. Bilgiler toplanıp incelendikçe pazar araştırması, maliyet, mali tasarılar gibi uygun başlıklar altında dosyalar düzenlenebilir. İş planı yazılırken temel noktalar ile ele alınan araştırmadan çabuk ve doğru sonuçlar çıkarmak üzerinde durulmalıdır. Çok fazla sözcük ile dolu raporlar etkileyici gözükebilir. Ancak şekilden çok planın içeriği önemlidir. Plan, hedefe yönelik ve isabetli olmalıdır. Üretim faktörlerinden mümkün olan en yüksek düzeyde yararlanabilmek için aralarındaki ilişkilerin bilinmesi, düzenlenmesi ve ölçülmesi gerekir. İşlerin özellikleri üretilecek ürün veya hizmetin durumunu ortaya koyar. İşin tanımlaması yapılacak iş hakkında bilgi verir.

a. İş planının yapısı

Bir iş planında yer alan bilgiler ayrıntılıdır. Bu plan bilginin bir dokümana tümüyle aktarımıdır.

Bir iş planı şu bölümlerden oluşur:

1. İşin tanımlanması

İş hakkında bilgi verir. İşin özelliğini satılacak ürün veya sunulacak hizmeti açıklar. Bunlarla beraber, ürün veya hizmeti sağlamasıyla bağlantılı olarak işletmenin ne gibi rekabet üstünlüklerine sahip olduğuna dair bir taslak oluşturur. Bu noktayı bir örnekle açıklayacak olursak: Çorap üretmek bir iş fikridir. Yapılan

araştırma sonucunda girişimci "İtalyan markalı 4 bilgisayarlı örme makinesi ve 1 adet burun dikme makinesi ile günde 90 düzine düz pamuklu çorap üretmek üzere, 240 m2 iş yerinde 1 usta işçi, 4 düz işçi ile ve İstanbul ihracat piyasasına fason mal üretmek üzere iş kurma" tanımına ulaşır. Bu açıklama iş modelinin kısa bir tarifidir. Yukarıdaki ifade örnek olarak kısa tutulmuştur. İş fikri araştırmalarının sonucunda, piyasa ve talep özellikleri, üretimin teknik özellikleri, işletme için gerekli girdiler, yatırım ve işletme sermayesi, personel ve örgütlenme yapısı konuları ayrıntılı olarak ele alınmalıdır.

2. Pazarlama planı

Pazarlama planı, ürünün (mal ve hizmet) nasıl pazarlanacağı hakkında bilgi verir. Hedeflenen bu pazardaki eğilimler belirlenir ve müşterilerin kimler olduğu tanımlanır. Pazarın toplam hacmi hesaplanır ve işin pazardan ne kadar pay elde etmeyi umduğu, tüketicilerin beğenileri, satın alma alışkanlıkları üzerinde tahminler yapılır. Rakipler incelenir, güçleri ve zayıflıkları tartışılır. İşletmenin mevcut pazar payları, müşterileri elde etmek ve onları tutmayı başarabilmek için yapılacak çalışmalar belirlenir. Ürün, fiyat, yer ve satış artırmaya yönelik pazarlama politikası, ayrıntılı bir şekilde ortaya konur.

3. Organizasyon planı

Bu bölümde işin yapısı tartışılır. İdarî personelin özellikleri ve deneyimleri ile ilgilenir. Personel gereksinimi ve işin özellikleri ve piyasadaki ücret düzeylerine bağlı olarak ortaya konur. Arşiv ve belgelerin nasıl korunacağı ve bunların sorumluları seçilir. İlgili yerlerden alınacak izin ve yapılacak işlemler ayrıntılı olarak belirlenir. Aynı zamanda kontrolü yapılır.

4. Finansman

İŖe yapılan yatırımlardan nelerin amaçlandığını, ne tür malların satın alınacağını ve bu iŖle ilgili tahmini ticareti ve harcamaları mali düzenlemeleri açıklar. Bu plan en önemli bölümüdür. Çünkü yatırımcılar kredi veren kiŖi ve kurumlar bu bölüme özel bir önem verirler. Kararı, bu bölümdeki bilginin geçerliliğine dayandırırılar.

Mali planda yer alması gereken bilgiler Ŗunlardır:

- Gerekli araçların sıralanması ve her birinin maliyeti
- En az iki yıllık iŖin nakit (para) akıŖı tasarıları
- Aynı yılın tasarlanan kâr ve zarar hesapları ve bilânçosu
- Tasarlanan talep ve planlanan fiyat politikası üzerine kâr ve zarar belirtmeyen analiz.

GiriŖimcinin, tasarıların uygun ve ulaŖılabilir olduğu konusunda tatmin olması gerekir. Bu nedenle mali düzenlemeler, iŖ planının en zor olan bölümüdür.

Tasarlanan Pazar araŖtırması sırasında elde edilen bilgilere dayandırılır. Plan, en az iki yıl için beklenen satıŖ miktarına göre geliŖtirilecektir. Daha sonra bu tasarılar, değer biçme iŖlemi tamamlanıp rekabet fiyatları oluŖmaya baŖlayınca satıŖ geliri haline dönüŖtürülmelidir.

C. İŖ PLANININ HAZIRLANMASI İÇİN GEREKLİ VERİLERİN TOPLANMASI

İŖ planında baŖlıca Ŗu bilgiler yer alır:

a. İŖ Yerine Ait Bilgiler

- İŖin adı, sahibi ya da sahiplerinin adı
- İŖ adresi ve telefon numarası
- Binanın; büyüklüğünün, yerinin, planının, trafik durumunun ve gerekli ticaret araçlarının tanımlanması
- İŖ planının tarihi

b. İşe Ait Bilgiler

- İşin ve pazarlanacak ürünün (mal ve hizmet) tanımlanması
- İşin potansiyelinin ve neden büyüyecek başarılı olacağına inancın tartışılması

c. Pazarlama Stratejisi

- Müşterilerin kimler olduğunun ve onların sürekli müşteriler durumuna getirilmesinin nasıl planlandığının açıklanması.
- Rakiplerin kimler olduğunun, o andaki ticarî durumlarının ve onlarla nasıl rekabet edilebileceğinin tanımlanması (rekabet üstünlükleri).
- Mal ya da hizmetin müşteriler tarafından kabul görmesi için ne tasarlandığı, nasıl satılacağına tanımlanması ve tekrar satışı ile kaynaklar için ham madde, mal alım taktiklerinin belirlenmesi.

d. Çalışma ve Organizasyon

- Böyle bir projeyi idare etmeye uygun kişi olduğunu gösteren deneyim ve özelliklerin tanımlanması.
- Yönetim kurulunun özellikleri, deneyimlerinin tanımlanması (Maaş düzeyleri de belirtilmelidir.).
- Personele ne kadar ücret ödeneceğinin, yetiştirme programında neler yapılması gerektiğinin ve nasıl denetleneceklerinin anlatılması.
- İşin yasal yapısının belirlenmesi.
- Gereken finans miktarı ve finans kaynaklarının belirlenmesi.
- Kayıt ve muhasebe sisteminin ve bundan kimin sorumlu olduğunun belirlenmesi.
- Ticaret yapmak ve iş yönetmek için ilgili makamlardan alınması gereken belge ve izinlerin açıklanması.

e. Mali Düzenlemeler

- Gerekli araçların ve bunların liste fiyatlarının tanımlanması.
- İlk bir yıllık işlemler için nakit (para) akışının gösterilmesi (Gerekirse enflasyon için ayarlama yapmak unutulmamalıdır).
- Aynı dönem için tasarlanan kâr ve zarar hesaplarının ve bilançonun gösterilmesi.
- Maliyeti karşılamak için gerekli satış düzeyini gösteren kâr ve zarar analizinin sağlanması.

Planın en son biçimi, bu kişisel tercih olup, alışılmış uygulamalara bağımlıdır. En sonunda, ana noktaları kapsayan kısa bir özetleme yapılabilir. İşin uygun olup olmadığına karar verilmesini sağlayan, pazarlama planı yapmak hedeflere ulaşmayı kolaylaştırır.

5. İŞ PLANININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Önceki bölümlerde iş planının ne olduğu, hangi alanlarda ve hangi faydaları sağlamak için kullanıldığı anlatılmıştır. İş planının kullanılabilmesi ve söz konusu faydaların elde edilebilmesi için öncelikle doğru bir şekilde hazırlanması ve belli kriterlere sahip olması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, hazırlanan iş planlarının bir değerlendirmeye tabi tutulması, hazırlayan, kullanan ve inceleyen açısından gerekli olmaktadır. Belli kriterleri taşımayan bir iş planı, uygulanabilir olmayacağından, işletme için zaman kaybından başka bir şey olmayacaktır. İş planı, esas olarak, hazırlanıp arşive konulacak bir doküman değildir. İşletme fiili olarak faaliyette bulunduğu sürece onunla beraber yenilenecek, işletmenin faaliyetlerini devam ettirebilmesi ve gelişebilmesi için, onu yönlendirecek bir

destekçisi olacaktır. Bu nedenle iş planı hazırlanması ciddi bir çalışma, istek ve yeterlilik gerektirmektedir. Ancak bu şekilde hazırlanan bir iş planı yarar sağlar.

İş planının, işletme içi kullanımında, uygulanabilirlik ve gerçekçilik açısından değerlendirmeye tabi tutulması gerekebilir. Ancak iş planı değerlendirmesi genellikle, işletmenin dışarıya karşı tanıtımında gerekli olmaktadır. İşletme herhangi bir kredi kurumuna, risk sermayesi şirketine, potansiyel yeni ortaklara, üniversitelere, kamu kuruluşlarına iş planını sunduğu zaman, ilgili kuruluş ya da kişi iş fikrinin yanı sıra, bu iş fikrini içeren iş planını da değerlendirmekte ve buna göre işletme ile ilgili kararını vermektedir. Bu açıdan bakıldığında, iş planı değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi ve bunun bir form haline getirilmesi, iş planını incelemek durumunda olan kişi ve kuruluşlar tarafından kullanılacak yararlı bir kaynak olmasını sağlar.

Hazırlanan iş planının değerlendirilmesi, değerlendirmeyi yapan kesime göre değişiklik gösterir. Değerlendirme yapan kişi ya da kurumun iş planından beklentilerine göre farklı değerlendirme kriterleri kullanılır. Bu çalışmada örneğini verdiğimiz değerlendirme kriterleri, iş planını incelemek durumunda olan tüm kesimler tarafından genel kriterler bütünü olarak kullanılabilir özellikte hazırlanmıştır.

İŞ PLANI DEĞERLENDİRME FORMU

İşletmenin Adı :

İşletmenin Faaliyet Konusu :

İş Planını Hazırlayanın Adı Soyadı :

İş Planının Hazırlanma Tarihi :

İş Planını Değerlendirenin Adı Soyadı :

İş Planı Değerlendirme Tarihi :

A- YAZILI DEĞERLENDİRME (TOPLAMIN %80'İ)

a. İŞ PLANI ÖZETİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.İş planının ne amaçla hazırlandığı açıklanmış mı? İş fikri ile ilgili yeterli bilgi verilmiş mi? Bu süreç sonucunda beklenen sonuçlar tanımlanmış mı? (Puan değeri: 1)

2.Girişimcinin eğitim durumu, işletmenin/girişimcinin iş hayatında bulunma nedeni, geçmiş dönem başarıları, müşterilere sunduğu veya sunmayı hedeflediği ürün/ hizmetler ve bunların gelişme yönündeki potansiyelleri belirtilmiş mi? (Puan değeri: 1)

3.İş planı özeti kısa, anlaşılır, tüm planı kapsar şekilde ve okuyanı iş planının iyi hazırlanmış olduğuna ikna edici nitelikte mi? (Puan değeri: 1)

4.İşletmenin kısa ve uzun dönem hedeflerinden, bu hedeflere ulaşmak için geliştirdiği stratejilerden, rekabet (sektör/alt sektörlere ait genel bilgiler) analizinden bahsedilmiş mi? (Puan değeri: 1)

5.Hedef müşteri ve pazarlar ile ilgili ürün/hizmetlerdeki gelişmeler (sosyal, ekonomik, siyasi ve teknolojik), eğilimler incelenmiş mi? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 5

b. İŞLETME BİLGİLERİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.İşletmenin faaliyet konusu, mevcut müşteri grupları ve ürün/hizmet geliştirme çabaları anlatılmış mı?

(Puan değeri: 2)

2.Kurulacak işletmenin yaşayacağı ve işletmenin kuruluşundan bugüne yaşadığı süreçler, gelecek projeksiyonu ve iş planı sonucunda hedeflenen yer belirtilmiş mi? (Puan değeri: 1)

3.İşletmenin kuruluş yeri, hukuki modeli ve ortaklık yapısı belirtilmiş mi? (Puan değeri: 1)

4. A)Yeni kurulacak işletme için ne tür izin ve ruhsatların gerektiği, konuyla ilgili hangi kurumlara başvurulacağı, kuruluş süresi ve kuruluş maliyeti belirtilmiş mi?

B)Kurulu işletme ve çalışanları için yasanın öngördüğü (sağlık, güvenlik v.s.) önlemlerden bahsedilmiş mi? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 5

c. İŞLETMENİN STRATEJİ VE HEDEFLERİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1. İşletmenin bir vizyon ve misyonu var mı? Hedefler açıkça ve gerçekçi olarak ifade edilmiş mi?

(Puan değeri: 1,5)

2. Kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirtilmiş mi? Bu hedefler, işletmenin temel ve destek fonksiyonları ile ilgili ölçülebilir, ulaşılabilir ve mantıklı mı? (Puan değeri: 1,5)

3. Kısa, orta ve uzun vadeli hedefler iş planının geri kalan bölümleri tarafından destekleniyor mu?
(Puan değeri: 1)

4. Kısa ve orta vadeli hedefler, işletmenin temel ve destek fonksiyonları ile ilgili ayrıntılı, ölçülebilir, ulaşılabilir ve mantıklı hedefler midir? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 5

d. ÜRÜN/HİZMET BİLGİLERİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.Sunulacak ürün/hizmetlerin özellikleri, hangi alanlarda kullanıldığı, kullanıcıya sunduğu avantajlar ve yararları belirtilmiş mi? (Puan değeri: 2)

2.Piyasadaki benzer ürün/hizmetler karşısında avantajları ve yenilikçi yönleri var mı?

(Puan değeri: 1,5)

3.Sunulacak ürün hizmetlerin uymak zorunda olduğu standart ve kriterler belirtilmiş mi? Bu kriterleri sağlamak için neler yapılacağı anlatılmış mı? (Puan değeri: 1,5)

Toplam Puan 5

e. İŞ FİKRİNİN PİYASA VE TALEP YAPISI DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1. Temel, potansiyel ve hedef müşteri ayrımları yapılmış mı? Hedef sunum bölgesindeki talebin genel özellikleri (demografik, sosyo ekonomik, kültürel) araştırılmış mı? (Puan değeri: 4)
2. İşletmenin içinde bulunduğu sektör ve alt sektörler net olarak tanımlanmış mı? Geçmişten bugüne yaşadığı süreç, gelecekteki eğilimler ve sektörün ekonomik, sosyal, teknolojik gelişmelere karşı hassasiyeti incelenmiş mi? (Puan değeri: 3)
3. İşletmenin ilişkide bulunduğu piyasaların temel özellikleri araştırılmış mı? (Puan değeri: 3)
4. Sektördeki önemli aktörler belirtilmiş ve bunların pazar payları rakamsal olarak ifade edilmiş mi? (Puan değeri: 2)
5. Sektör ve alt sektörün pazar büyüklüğü ve ülke ekonomisindeki yeri rakamsal olarak ifade edilmiş mi? (Puan değeri: 2)
6. İşletmenin sunum bölgesindeki müşterilerin tüketim kararlarını neye göre verdikleri (fiyat, kalite, erişim) araştırılmış mı? (Puan değeri: 2)
7. Sektöre giriş ve çıkışı engelleyici unsurlar ve bu konuda alınacak tedbirler belirlenmiş mi? Bu tedbirler uygun mu? (Puan değeri: 1)

8.Ürün/hizmete duyulan talebin büyüklüğü konusunda bir çalışma yapılmış mı?
Talep tahmininde kullanılan yöntem ve veriler gerçekçi mi? Ürün/hizmet piyasasının ekonomik ömrünün hangi aşamasında olduğu (başlangıç, büyüme, olgunluk, gerileme) belirtilmiş mi? (Puan değeri: 3)

Toplam Puan 20

f. PAZARLAMA PLANI DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.Firmanın rakipleri karşısındaki güçlü ve zayıf yönleri detaylı bir şekilde analiz edilmiş mi? Zayıf yönleri güçlendirmek için plan yapılmış mı? (Puan değeri: 2)

2.Ürün/hizmetlerin müşteriye tanıtımının nasıl yapılacağı (pazarlama, satış,reklam, promosyon, tanıtım) kararlaştırılmış mı? Bu tanıtım çalışmaları, hedef müşteriye ulaşmak için etkili yollar mı?
(Puan değeri: 2)

3.Ürün/hizmet için mevcut dağıtım kanalları konusunda bilgi var mı?
Ürün/hizmetlerini müşterilere ulaştırmak için öngörülen metot var mı? Bu metot gerçekçi mi? (Puan değeri: 2)

4.Ürün/hizmetlerin müşteriye ulaştırılmasında yerleşim yeri faktörü değerlendirilmiş mi?
(Puan değeri: 2)

5.Ulaşılmak istenen müşteri grubu, pazar payı, Pazar büyüklüğü belirtilmiş mi?
Bunlar gerçekçi mi?

(Puan değeri: 2)

6.Ürün/hizmet için bir fiyatlandırma politikası, son ürün için belirlenmiş bir fiyat var mı? Birim ürün/hizmet için bir kazanç oranı tespit edilmiş mi? Bu oran piyasa ortalamalarına uygunluk gösteriyor mu? (Puan değeri: 2)

7.Ürün/hizmet için bir satış tahmini yapılmış mı, bu tahminler piyasa ve talep yapısına uygunluk gösteriyor mu? (Puan değeri: 1)

8.Satış sonrası hizmet ve servis gerekiyor mu? Bunlar için yeterli çözümler geliştirilmiş mi?

(Puan değeri: 1)

9.Yapılan stratejik pazarlama planı, tahmini satış tutarlarına ulaşılması konusunda yeterli olacak mı?

(Puan değeri: 1)

Toplam Puan 15

g. ÜRETİM PLANI DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.Üretim planlaması yapılmış mı? Bu plan, satış planı ve talep tahmini, kapasite özellikleri ve seçimi, hammadde tedarik planı, işgücü kullanımı ve finansman kaynakları göz önüne alındığında uygun bir çözümü içeriyor mu? (Puan değeri: 2)

2. İşletmenin temel üretim süreçlerini içeren iş akışı şeması yapılmış mı? Bu şema üretim, malzeme, bilgi akışını ve bunlar için gerekli süreleri kapsıyor mu? (Puan değeri: 2)

3.Üretim için gerekli işyeri seçimini etkileyecek tüm faktörler incelenmiş mi?
Gerekli teknik özellikler ve maliyetler yeterli düzeyde ifade edilmiş mi? (Puan değeri: 2)

4.Ürün/hizmet süreç tasarımı yapılırken alternatif metotlar değerlendirilmiş mi?
Seçilen metot iş planının bütünselliğini yansıtıyor mu? (Puan değeri: 1)

5. Üretim planı, sipariş tedarik süresi, nakliye ücretleri, toplu alımlardaki avantajlar dikkate alınarak optimum bir plan yapılmış mı? (Puan değeri: 1)

6.Hammadde ve yardımcı malzemeleri sağlayan tedarikçilerle ilgili yeterli çapta bir araştırma yapılmış mı? Birim maliyetler hesaplanmış mı? (Puan değeri: 1)

7.Üretim işgücünü oluşturan iş grupları belirlenmiş mi? İşgücü nitelikleri, nereden tedarik edileceği ve birim maliyetleri saptanmış mı? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 10

h. YÖNETİM VE ORGANİZASYON PLANI DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.İşletmenin temel ve destek aktivitelerini yerine getiren görev gruplarını içeren bir organizasyon şeması yapılmış mı? (Puan değeri: 2)

2.Yönetim kadroları, bunların görev, yetki ve sorumlulukları belirlenmiş mi?
Mevcut yöneticilerin özgeçmişleri ve sahip oldukları özellikler belirtilmiş mi?
(Puan değeri: 1)

3.İnsan kaynakları yönetimi, personelin eğitim ihtiyacı belirlenmiş mi? Bir eğitim programı oluşturulmuş mu? (Puan değeri: 1)

4.Ürün/hizmet üretim kapasitesindeki büyümeye paralel işgücü gelişim ihtiyacı tespit edilmiş mi? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 5

i. FİNANSAL PLAN DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1. A) İşletmenin kurulması için ihtiyaç duyulan başlangıç yatırım ve işletme sermayesi miktarları, bunların kaynakları belirtilmiş mi? Bir kredi ihtiyacı söz konusu ise bunun hangi koşullarda alınabileceği araştırılmış mı, kredi için geri ödeme planı yapılmış mı?

B) Mevcut işletmeler için son üç yılın bilanço ve gelir tabloları var mı? Bu tablolar iş planı hedeflerini destekler nitelikte mi? (Puan değeri: 3)

2.Ürün/hizmet satış gelirleri, tahmini satış planına uyum gösteriyor mu? İşletme giderleri iş planında tarif edilen tüm operasyon ve faaliyetleri kapsıyor mu? Satış gelirlerinin dönemlere göre dağılımı hedefler doğrultusunda mı? (Puan değeri: 3)

3.İşletme nakit akımları gelir gider, vergi vb. unsurlara uygun olarak hesaplanmış mı? (Puan değeri: 1)

4. İşletme sermayesi ihtiyacı doğru olarak hesaplanmış mı? (Puan değeri: 1)

5. İşletme giderlerinin sabit ve değişken gider ayrımı doğru yapılmış mı? (Puan değeri: 3)

6. Başa-baş noktası hesaplanmış mı? (Puan değeri: 3)

7. Karlılık analizi sonucunda yatırımın geri dönüş süresi, karlılık oranı, net bugünkü değer, alternatif yatırım araçları için istenilen düzeyde mi? (Puan değeri: 3)

8. İşletmenin finansal projeksiyonu yapılırken, enflasyon, faiz oranları vb. unsurlardaki olası değişiklikler göz önünde bulundurulmuş mu? (Puan değeri: 2)

9. Tüm finansman planı yapılırken temel varsayım ve değişiklikler net olarak açıklanmış mı?

(Puan değeri: 1)

Toplam Puan 20

j. İŞ KURMA SÜRECİ AKTİVİTE PLANI DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1. İş kurma sürecinden önceki tüm aktivitelerin detayları ve bu aktivitelerin birbirleri arasındaki zaman ilişkileri belirlenmiş mi? (Puan değeri: 1,5)

2. İşletmenin fiili olarak faaliyete geçiş zamanı belirlenmiş mi? (Puan değeri: 1,5)

3. Pazarlama aktivitelerinin ne zaman, ne şekilde, kim tarafından, hangi sıklıkla yapılacağı belirtilmiş mi? (Puan değeri: 1)

4.Tüm aktivite planı gerçekçi, uygulanabilir ve iş planında tarif edilen işletme planını yansıtır nitelikte mi? (Puan değeri: 1)

Toplam Puan 5

k. RİSK DEĞERLENDİRMESİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.İş planı, işletme için oluşabilecek risk unsurlarını (talep, rekabet, maliyet) içeriyor mu? Bu unsurlar gerçekçi olarak tespit edilmiş mi? (Puan değeri: 2,5)

2.Oluşabilecek risk durumlarına karşı alternatif bir plan var mı? (Puan değeri: 2,5)

Toplam Puan 5

B- SÖZLÜ DEĞERLENDİRME (TOPLAMIN %20'Sİ)

a. SUNUŞ ŞEKLİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.İş planı içindeki bilgileri açık, özlü, anlaşılabilir ve anlamlı bir sırayı takip edecek şekilde anlatıyor mu?

(Puan değeri: 10)

2.Güven verici ve profesyonel bir görüntüye sahip mi? (Puan değeri: 10)

3.Sektör hakkındaki bilgi birikimi yeterli mi? (Puan değeri: 10)

4.İstekli olduğu izlenimini veriyor ve soruları etkili bir şekilde cevaplandırıyor mu? (Puan değeri: 10)

5.Yatırımcının ya da inceleyen kişinin dikkatini çekebilecek özelliğe sahip mi? (Puan değeri: 10)

6.Plandaki önemli konuların vurgulanmasına katkı sağlıyor mu? (Puan değeri: 10)

Toplam Puan 60

b. UYGULANABİLİRLİK DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Soru - Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

1.Sektör Fırsatları:

Piyananın ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçların bir avantaj yaratabileceğini acık bir şekilde anlatabiliyor mu? (Puan değeri: 8)

2.Rekabet Farkı:

İşletmenin rekabet açısından farklılık yaratacağı bir yeniliği/eşsizliği/özelliği ikna edici biçimde sunabiliyor mu? (Puan değeri: 8)

3.Yönetim Başarısı: Yönetim ekibi, işletmeyi geliştirip, riskleri fırsatlara çevirebilecek güçte mi? (Puan değeri: 8)

4.Finansal Kavrayış: Ekip işletmenin finansal ihtiyaçlarını gerçek anlamda kavrayabilecek yapıda mı? (Puan değeri: 8)

5.Yatırım Potansiyeli: Faaliyet konusu, yatırım kararı verilmesini sağlayacak gerçek yatırım fırsatlarına sahip mi? (Puan değeri: 8)

Toplam Puan 40

C- DEĞERLENDİRME TABLOSU

a. YAZILI DEĞERLENDİRME (TOPLAMIN %80'İ)

DEĞERLENDİRME KRİTERİ

Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

- 1 İŞ PLANI ÖZETİ 5
 - 2 İŞLETME BİLGİLERİ 5
 - 3 İŞLETMENİN STRATEJİ VE HEDEFLERİ 5
 - 4 ÜRÜN / HİZMET BİLGİLERİ 5
 - 5 İŞ FİKRİNİN PİYASA VE TALEP YAPISI 20
 - 6 PAZARLAMA PLANI 15
 - 7 ÜRETİM PLANI 10
 - 8 YÖNETİM VE ORGANİZASYON PLANI 5
 - 9 FİNANSAL PLAN 20
 - 10 İŞ KURMA SÜRECİ ATIVİTE PLANI 5
 - 11 RİSK DEĞERLENDİRMESİ 5
- TOPLAM PUAN 100**
- VERİLEN PUAN (.....)X0,80**

b. SÖZLÜ DEĞERLENDİRME (TOPLAMIN %20'Sİ)

DEĞERLENDİRME KRİTERİ

Puan Değeri - Verilen Puan (Tablo)

- 1 SUNUŞ ŞEKLİ 60
 - 2 UYGULANABİLİRLİK 40
- TOPLAM 100**
- VERİLEN PUAN (.....) X 0,20**

c. DEĞERLENDİRME SONUÇ TABLOSU

YAZILI VE SÖZLÜ DEĞERLENDİRME

Verilen Puan (Tablo)

I. YAZILI DEĞERLENDİRME

II. SÖZLÜ DEĞERLENDİRME

TOPLAM SONUÇ

DEĞERLENDİRME TABLOSU

91 / 100 PUAN İş planı istenilen tüm kriterleri taşıyor **A - ÇOK İYİ**

71 / 90 PUAN Girişimcinin, dikkat çekilen konularda iş planını revize etmesi gerekir **B - İYİ**

41 / 70 PUAN İş planı yetersiz, yeniden gözden geçirilip hazırlanmalı **C - ORTA**

0 / 40 PUAN İş planı başarısız **D - ZAYIF**

A- DESTEK VERİLİR

B- REVİZYON SONUCU DESTEK VERİLİR

C- YENİDEN HAZIRLANAN İŞ PLANI SONUCU DESTEK VERİLİR

D- DESTEK VERİLMEZ

6. DEĞERLENDİRME PUANLARI AÇIKLAMASI

İş planı, yukarıdaki iş planı değerlendirme formunda yazılı ve sözlü olarak iki ayrı aşamada değerlendirilmektedir. Yazılı bölümde, iş planı kapsamında bulunan ana konu başlıkları altında iş planının içeriği ile ilgili çeşitli sorular sorulmaktadır. Her bir konu başlığı, iş planı içindeki önem derecesine göre farklı ağırlıklar almaktadır ve yazılı bölüm kendi içinde 100 puan üzerinden değerlendirilmektedir. İş fikrinin piyasa ve talep yapısı 20, pazarlama planı 15, üretim planı 10, finansman planı 20

puan olup, bunlar iş planı içindeki öncelikli konular oldukları için yazılı bölüm içindeki ağırlıkları diğerlerinden farklı olmakta ve yazılı bölüm değerlendirmesinin 65 puanını oluşturmaktadır. Bu ana konular dışında kalan, iş planı özeti 5, işletme bilgileri 5, işletmenin strateji ve hedefleri 5, ürün/hizmet bilgileri 5, yönetim ve organizasyon planı 5, iş kurma süreci aktivite planı 5, risk değerlendirmesi 5 puan olarak, yazılı bölüm değerlendirmesinin 35 puanını oluşturmaktadır. İş planının yazılı değerlendirilmesi, toplam değerlendirme içinde %80 paya sahiptir.

İş planının sözlü değerlendirilmesinde ise, iş planının sözlü sunumu sırasındaki sunuş şekli ve uygulanabilirliği değerlendirilmektedir. Sözlü bölüm kendi içinde 100 puan üzerinden değerlendirilmekte, buna göre; sunuş şekli 60, uygulanabilirlik 40 puan almaktadır. Sözlü bölüm, toplam değerlendirme içinde %20 paya sahiptir.

Değerlendirme sonunda yazılı bölüm konuları puanlandırılıp, toplanacak ve bu toplamın %80'i alınarak yazılı bölüm toplam puanına ulaşılabacaktır. Sözlü bölümde de her bir konu aynı şekilde puanlandırılacak, elde edilen toplam sözlü puanın %20'si alınarak sözlü bölüm toplam puanı elde edilecektir. Daha sonra yazılı ve sözlü bölümlerden elde edilen puanlar toplanarak İş Planı Değerlendirmesi sonuçlandırılmış olur. Puanlamadan sonra değerlendirmeyi yapan kişi ya da kuruluş, gerekli gördüğü takdirde iş planı hakkında ayrıca yorum ve görüşlerini yazılı olarak sunabilir.

Görüş ve Öneriler:

7. SONUÇ

Bu çalışmada, mevcut ya da yeni kurulacak bir işletmenin iş hayatında başarılı olabilmesi, gelişebilmesi ve iş çevreleri tarafından önemsenbilmesi için iyi bir iş planına sahip olmasının gerekleri ifade edilmiştir.

İş planı, işletmenin büyüklüğüne göre değişmekte ve içeriği farklı olmakla birlikte, genel anlamda kabul görebilmesi için belli kriterleri taşıması ve çözümler üretmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde hazırlanan bir iş planı değerlendirmeye tabi tutulabilir.

Bu iş planı değerlendirme rehberi, genel anlamda bir işletmenin tüm süreçlerini kapsayacak özellikte hazırlanmıştır. Asıl önemli olan, değerlendirmenin bu konuda bilgi sahibi kişiler tarafından yapılarak, doğru yorumlanmasıdır. Bu nedenle, iş planı değerlendirme süreci de en az iş planı hazırlama süreci kadar bilgi ve emek ister.

İş planı değerlendirmesi iş planında eksikliklerin bulunması durumunda, bu eksikliklerin düzeltilmesi konusunda da yönlendirici bir niteliğe sahiptir.

Sonuç olarak İş Planı Değerlendirme Rehberinin girişimcilere, işletmelere, yatırımcılara, kredi kurumlarına, kamu kurumlarına yönelik kaliteli, uygulanabilir, ihtiyaçları karşılayabilir iş planlarının hazırlanmasında kullanılacak faydalı bir rehber olması ümit edilmektedir.

C. BÖLÜMÜ - İŞ PLANI REHBERİ

Girişimcinin Adı, Soyadı:

İş Fikri:

Tarih:

1. Kendi işinizi kurma nedeninizi açıklayınız

--

2. Kişisel hedeflerinizi açıklayınız

--

3. İş fikrinizin kısa tanıtımını yapınız, işletmenizin ticaret ünvanı ve yasal statüsünü belirtiniz.

--

4. İşinizle ilgili kısa ve orta vadeli hedeflerinizi yazınız (işin büyüklüğü, ürün yelpazesi vs.)

--

5. Ulaşmayı beklediğiniz müşteri veya müşteri grubunu tanımlayınız.

--

6. Müşteri gruplarınızın büyüklüğü nedir?

--

7. Belirlenen pazardaki rakipleriniz kimlerdir?

—

8. Rakiplerinizden üstün ve zayıf olan yanlarınızı sıralayınız.

—

9. Müşterileriniz ne kadar sıklıkla ve hangi fiyata ürününüzü (veya hizmetinizi) satın almak isteyecektir?

—

10. Müşterileriniz ne zaman ve nerede ürününüzü/hizmetinizi satın alacaklardır?

—

11. Ürün ya da hizmetinizi müşteriye ulaştırana kadar gerekli olan aşamaları sıralayınız.

—

12. Bu aşamaları göz önünde bulundurarak hangi malzemeyi veya hammaddeyi nereden temin edeceğinizi belirtiniz.

Malzeme/Hammadde	Miktar	Tedarikçi	Birim Fiyat
------------------	--------	-----------	-------------

--	--	--	--

13. İş yerinde kurulması gereken tesisat/donanımı belirtiniz.

Tesisat/Donanım	Tedarikçi	Fiyat
Elektrik		
Su		
Isınma		
Aydınlanma		
Telefon/Faks/Bilgisayar		
Ofis Donanımı		

14. Ürünün/hizmetin elde edilmesi için gerekli makine/ekipmanı belirleyiniz.

Makine/Ekipman	Miktar	Tedarikçi	Birim Fiyat

15. İş yerinizi ve bu yeri seçme nedeninizi belirtiniz.

—

16. İş yerinin kira veya satın alma bedelini yazınız.

—

17. Üretim/hizmet aşamalarında istihdam edeceğiniz iş gücünü belirtiniz.

İş Tanımı	Kişi Sayısı	Nitelikler	Brüt Ücret

18. Yatırım ihtiyacınızı belirtiniz.

18.a. Başlangıç sabit yatırım ihtiyacı

	TL Değeri	Öz Kaynak	Borç
Arsa/Bina Satın Alma			
İnşaat/Tadilat			
Tesisat			
Makine/Ekipman			
Ofis Donanımı			
Beklenmeyen Giderler (%10)			
Diğer			
TOPLAM			

18.b. Başlangıç işletme sermayesi ihtiyacı

İşletme Sermayesi	TL Değeri	Öz Kaynak	Borç
Hammadde/Yardımcı Malzeme Stoğu			
İşletme Malzemesi Stoğu			
Yakıt Stoğu			
Ambalaj Malzemesi Stoğu			
Mamul Madde Stoğu			
Yedek Parça Stoğu			
Genel Giderler			
Nakit İhtiyacı			

Diğer			
TOPLAM			

18. c. Toplam Başlangıç Yatırım İhtiyacı = 18a + 18b

19. Yıllık işletme giderlerinizi hesaplayınız.

Gider	TL/Yıl
Kira	
Malzeme/Hammadde	
Elektrik	
Su	
Yakıt	
İşçilik	
Satış-Tanıtım	
Paketleme-Ambalaj	
Bakım-Onarım	
Sigorta	
İletişim	
Kırtasiye	
Banka, Faiz, geri Ödeme	
Ulaştırma	
Diğer	
TOPLAM	

20. Öngördüğünüz kâr oranı ve pazar araştırması ile ilgili bulgularınız çerçevesinde belirlediğiniz birim satış fiyatını belirtiniz.

Ürün/Hizmet	Miktar	Birim Fiyat (TL)	Satış Geliri/Yıl
		TOPLAM	

21. Toplam satış gelirlerinden işletme giderlerinizi çıkararak brüt kârınızı hesaplayınız.

.....TL brüt kâr/yıl

22. Brüt kârınızdan vergi giderlerini çıkararak net kârınızı bulunuz.

.....TL net kâr/yıl

23. Net kârınızı, yaptığınız toplam yatırım ile karşılaştırınız. Bu kârı elde etmek için bu kadar yatırım yapmaya değer mi?

—

24. Ürününüzü tanıtmak için nasıl bir planınız olduğunu açıklayınız.

—

25. İşinizi kurmakla ilgili tüm faaliyetleri kapsayan bir çalışma planı yapınız.

Faaliyet	Zaman/Süre
İşletmenin yasal kuruluş işlemleri	
İlgili meslek kuruluşlarına üyelik	
Kredi kuruluşlarına başvuru	

Üretim tesisinin kurulması	
Makine, hammadde ve iş gücü temini	
İşletme idari yapısının kurulması (mali yönetim, muhasebe, personel yönetim)	
Pazarlama ve satış sisteminin kurulması	

D. BÖLÜMÜ - PAZARLAMA PLANI REHBERİ

Girişimcinin Adı, Soyadı:

İş Fikri:

Tarih:

1. GİRİŞ

Kurulacak işin tanımı, misyonu ve sunulacak hizmet veya üretilecek ürünün neler olduğunu

kısaca açıklayınız (Patent, fotokopi vb. hakları belirtiniz.).kısaca açıklayınız (Patent, fotokopi vb. hakları belirtiniz.).

—

2. PAZAR ANALİZİ

A. HEDEF PAZAR - MÜŞTERİLER KİMLERDİR?

a. Satış yapmayı planladığınız müşteri grupları

		İş Hacminin Yüzdesi
--	--	----------------------------

Özel imalat / hizmet kuruluşları		
Toptancılar		
Parekendeciler		
Devlet kuruluşları		
Diğer		

b. Hedeflediğiniz müşteri gruplarının özelliklerini belirtiniz (yer, şehir, bölge, cinsiyet, yaş, gelir, eğitim düzeyi, talepleri vb.)

 —

c. Hedeflenen pazar hizmetinizden/ürününüzden yılda ne kadar talep edebilir?

 _ TL

B. REKABET

a. Rakipleriniz kimlerdir?

	Adı	İş Tecrübesi	Müşteri Grubu	Satış Fiyatları	Hizmet / Ürün Özellikleri	Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri	Hizmet/Ürün Dağıtım Kanalları	Tanıtım Araçları
1.									
2.									

b. Pazarınız ne kadar rekabetçi?

Yüksek _ _ _ _ _

Orta _ _ _ _ _

Düşük _ _ _ _ _

c. Rakiplerinize oranla kuvvetli ve zayıf yönlerinizi belirtiniz (yer, kaynaklar, servis, personel vb.).

	Kuvvetli Yönler	Zayıf Yönler
1.		
2.		

C. ÇEVRE FAKTÖRLER

a. Hangi ekonomik faktörler hizmetinizi/ürünüzü etkileyecektir?
(Ülke gelişimi, ekonomik eğilimler, vergi, enerji fiyatlarının artması v.b.)

—

b. Pazarınızı etkileyen mevzuat nedir?

—

c. İşletmenizin başarısını etkileyecek ne tür teknolojik gelişmeler beklersiniz?

—

3. HİZMET / ÜRÜN ANALİZİ

A. HİZMETİNİZİN/ÜRÜNÜNÜZÜN TANIMI

B. HİZMET/ÜRÜN KARŞILAŞTIRMASI

a. Hizmetinizin/ürününüzün rakip hizmetine/ürününe göre avantajları

b. Hizmetinizin/ürününüzün rakip hizmetine/ürününe göre dezavantajları

4. PAZARLAMA STRATEJİSİ

A. Nasıl bir imaj yaratmak istersiniz? (ucuz fakat kaliteli, yüksek kaliteli, uygun koşullarda, hızlı hizmet)

B. Hizmet/ürün sunumunda vurgulamak istediğiniz temel özellikler

C. Pazar hedefleriniz

D. Fiyatlandırma

a. Satış fiyatının belirlenmesindeki temel politikanız nedir?

(Maliyete göre,talebe göre, rekabete dayalı vb.)

—

b. Fiyatlarınız imajınızla aynı doğrultuda mı?

Evet _____ Hayır _____

c. Fiyatlarınız maliyeti kapsıyor ve kar marjını kapsamıyor.

Evet _____ Hayır _____

E. Hizmetlerinizi/ürünlerinizi müşterilerinize nasıl ulaştıracaksınız?

—

F. Müşteri servisi

a. Sağlayacağınız müşteri servislerini ve diğer servisleri belirtiniz

(indirim, kredi şartlarınız,ücretsiz kullanım vb.).

—

b. Rakiplerinizin sağladığı servisler nelerdir?

—

G. Reklam/promosyon

a. İşinizi müşterilere tanıtırken vurgulamak istediğiniz faktörleri belirtiniz.

b. Kullanacağınız reklam/promosyon araçları

1. Kişisel olarak gerçekleştirebileceğiniz tanıtımlar nelerdir?

- Telefonda tanıtımlar
- Doğrudan satış ve tanıtım
- Şirket ziyaretleri
- Teklifler
- Toplantılar
- Diğer

2. Kişisel olmayan tanıtımlardan hangisini gerçekleştirebilirsiniz?

- Broşürler, el ilanları
- Gazete
- Doğrudan postalama
- Yayın kuruluşları
- İnternet
- Diğer

c. En etkin olacağını düşündüğünüz tanıtım aracını seçmenizin nedenlerini ve bu tanıtım aracı ile neler yapabileceğinizi belirtiniz.

H. İşletmenizi kurduktan sonra ilk ay içinde yapacağınız pazarlama faaliyetlerini haftalar bazında belirtiniz.

Hafta	Faaliyetler	Sorumlu	Uygulanacak Tanıtım Yöntemi	Bedeli	Tanıtımın Yapılacağı Hedef Müşteri
1.					
2.					
3.					
4.					

E. ABİGEM

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM) Projesi Türkiye Odalar Birliği ve Avrupa Komisyonu arasında Mayıs 2000 yılında imzalanan Finansal Anlaşma çerçevesinde Mart 2002 yılında başlamıştır. KOBİ'lerin rekabet güçlerini artırmalarına ve potansiyellerini geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla profesyonel yönetim danışmanlığı ve eğitim hizmetleri sunmaktadır. Proje, bölgelerin ekonomik kalkınmasına destek olmanın yanı sıra Türk ekonomisinin imalat ve hizmet sektörlerinin güçlendirilmesine ve istihdam olanaklarının geliştirilmesine katkı sağlama amacını gütmektedir.

ADANA ABİGEM

Sanayi kuruluşlarının %99'unun KOBİ niteliğinde olduğu ülkemizde ABİGEM'ler ayrı bir misyon üstlenmiş ve bugüne kadar diğer AB ülkelerinden farklı olarak başarılı bir şekilde faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Faaliyete başladıkları ilk günden itibaren Adana Ticaret Odası tarafından da dikkatle izlenen

ABİGEM'lerin başarısı gözden kaçmamış ve Adana'da da böyle bir merkezin kurulumu için çalışmalara başlanmıştır. Kararlı bir şekilde sürdürülen çalışmaların ardından Adana ABİGEM, 2009 Ocak ayı itibarı ile hizmet vermeye başlamıştır.

Bölgemizdeki KOBİ'lerin potansiyellerini daha etkin kullanabilmeleri ve rekabet güçlerini artırabilmeleri için, ADANA ABİGEM firmaların ihtiyaç duydukları tüm yönetim danışmanlığı, bilgi, eğitim ve teknik hizmet desteklerini sağlamaktadır. Sağladığı bu hizmetler ile, bölge kalkınmasına, istihdamın artmasına ve yeni girişimciliğin desteklenerek bölgemizde yaygınlaştırılmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

1. KURUMSAL YAPI

AB Komisyonu, TOBB ve Adana Ticaret Odası finansal destekleri ve yine Adana Ticaret Odası, Adana Ticaret Borsası ve TOBB'un ortaklığında Adana ABİGEM, Aralık 2008'de altyapısını tamamlamış ve Ocak 2009 itibarı ile hizmet vermeye başlamıştır. 16 Mart 2009 tarihinde, "Adana Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM) Eğitim ve Danışmanlık A.Ş." adı altında tüzel kişiliğine kavuşmuştur.

2. HİZMETLERİMİZ

ABİGEM, KOBİ'lere gerçekleştirdiği ziyaretlerde, uyguladığı tanı araçları ile şirketlerin ihtiyaçlarını belirler ve bu ihtiyaçların eğitim veya danışmanlık hizmetleri ile karşılanıp karşılanamayacağına karar verir. ABİGEM tarafından eğitim hizmeti KOBİ'lere; şirket içi veya genel katılıma açık eğitim olarak verilir. Danışmanlık hizmetleri de sadece tek bir şirkete verilebildiği gibi benzer sorunlara sahip olan birden çok KOBİ'ye de toplu danışmanlık biçiminde verilebilmektedir.

Verilen tüm danışmanlık hizmetlerinde şirkete özel bilgilerin gizliliği esas olup,

hiçbir şekilde firmanın yazılı izni olmadan üçüncü taraflar ile paylaşılmaz.
ABİGEM gizlilik prensiplerini ve bu kapsamdaki sorumluluklarını, danışmanlık hizmetine başlamadan önce imzaladığı sözleşmenin maddeleri kapsamında da resmi olarak taahhüt eder.

3. GİRİŞİMCİLİK PROGRAMI

Proje kapsamında her ay düzenli olarak yapılması planlanan girişimcilik eğitiminin amacı kendi işini kurmak isteyen ya da iş yerini yeni kurmuş kişilere gerekli yatkınlık ve beceriye sahip olup olmadıklarını tayin etmelerine yardımcı olmaktır. Bu kapsamda yeterli bulunan kişilerin gerekli iş planlarını geliştirmek, işyerlerini açmak ve başarıyla devam ettirmelerine yardımcı olmakla birlikte, hedefimiz bölgede girişimciliği geliştirmek, yaygınlaştırmak ve istihdama katkı sağlamaktır.

4. İLETİŞİM BİLGİLERİ:

Adana Abigem İş Geliştirme Müdürü

Adres: Cemal Paşa Mah. Cevat Yurdakul Cad. Oğuz Ayhan Apt. K.3 D.5

Adana

Tel : +90 (322) 458 40 50 - 52

Faks : +90 (322) 458 40 51

E-Posta: agir@abigem.net

Internet : www.abigem.net

F. KAYNAKLAR

- Girişimciler için İş Planı Rehberi, KOSGEB Yayınları, 1998
- İş Kurma ve Yönetmek, KOSGEB Yayınları, 1998
- İş Geliştirme Merkezleri İçin İş Planı Rehber Notları, Wolsey S., KOSGEB - ÖSDP, 2003
- KOBİ Analiz Eğitimi Ders Notları, KOSGEB, 2003

- *Kişisel Gelişim, Girişimcilik*, TC Milli Eğitim Bakanlığı, MEGEP, 2006
- *İş Planı Değerlendirme Rehberi*, KOSGEB Yayınları, 2004

* Kitap içeriği yukarıda belirtilen kaynaklardan derlemedir.