

KENDİ İŞİNİ KURMA REHBERİ

Yayına Hazırlayanlar:

Prof. Dr. Tunçdan BALTACIOĞLU

Yrd. Doç .Dr. Öznur YURT

Öğr. Gör. Taylan DEMİRKAYA

ÖNSÖZ

Değerli Okuyucular,

Üniversitemiz kısa sürede uluslararası bir üniversite olma yoluna girmiş ve bu yolda hızla ilerlemektedir. Bunu sağlayan temel unsurlardan birisi, öğrencilerimizin yenilikçi fikirler üretebilme yeteneklerine ve girişimcilik vizyonuna sahip olarak mezun olmalarıdır.

İzmir Ekonomi Üniversitesi olarak hedefimiz, sadece öğrencilerinin ve mezunlarının değil, başta İzmir ve Ege olmak üzere ülkemizde her kesimin yenilikçi fikrinin hayata geçirilmesini sağlamaktır. Bu sebeple, girişimcilik kavramının doğru şekilde anlaşılması ve kişilerin başarılı iş modelleriyle kendi işlerini kurup yürütebilir olmalarının sağlanması amaçlarımız arasındadır.

Bu amaçla hazırlanan bu rehberin ilk bölümü girişimcilik kavramı ve yeni bir iş kurarken dikkat edilmesi gereken hususları içerir ve Üniversitemiz bünyesindeki Embryonix

birimi tarafından hazırlanmıştır. İkinci bölüm ise Embryonix'in işbirliği ortaklarından Endeavor Türkiye tarafından derlenmiştir ve girişimcilere fikirleri için destek bulabilecekleri kaynakları sunmaktadır.

Yararlı olması ve yeni iş fikirlerinin hayata geçmesini sağlaması dileğiyle,

Ekrem DEMİRTAŞ

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Mütevelli Heyet Başkanı
İzmir, Ocak 2011

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ

GİRİŞ: BU REHBER NEDEN HAZIRLANDI?.....s. 1

BÖLÜM 1 - DÜNYAYI DAHA GÜZEL

BİR YER YAPMAK.....s. 5

1.1. İyi bir Fikir.....s. 5

1.2. Anlam Yaratmak.....s. 10

1.3. Başlamak.....s. 16

1.4. Fikri Satmak(Konumlandırma).....s. 22

1.5. İş Planı Oluşturma.....s. 27

1.6. Finansal Analizs. 32

1.7. Başarısız Olabilecek Girişimlerde Kullanılan

Bazı Sözler.....s. 63

BÖLÜM 2 - NERELERDEN

DESTEK BULABİLİRSİNİZ?s. 67

2.1. Başlangıç Destekleri.....s. 67

2.2. Büyüme Destekleri.....s.114

2.3. Yurtdışına Açılmak ve İhracat.....s. 145

KAYNAKÇA.....s.159

GİRİŞ: BU REHBER NEDEN HAZIRLANDI?

Çalışanların %70'inin neden mutsuz olduğunu biliyor musunuz? Bu rehberi okumayı bitirdiğinizde bu sorunun cevabını ve iş hayatında mutlu olma yollarını sizlere aktarmış olmayı amaçlıyoruz. Bunun için temel yolun da "girişimci" olabilmekten geçtiğini söyleyebiliriz. Girişimcilik nedir? Girişimci ne iş yapar? Aslında girişimcilik, Guy Kawasaki'nin (2006) de söylediği gibi *"bir iş değil, bir ruh halidir"*. Peki, işsizlik ile girişimcilik arasında bir ilişki var mıdır? Biri diğerinin çözümü olabilir mi?

Özellikle son 20 yıl içerisinde yaşanan birçok ekonomik kriz ve değişen iş koşulları hem çalışanları hem de iş arayanları olumsuz etkilemiştir. Krizler sonucunda ilk akla gelen çözüm, çalışanlardan bazılarının işine son verme şeklinde olmuştur. Madalyonun bir yüzünde milyonlarca iş arayan insan, diğer yüzünde ise en az o kadar sayıda çalışan fakat mutsuz olan kişiler var. İşsizlik problemi ve işletmelerin mevcut ücret politikalarının çalışanları tatmin etmemesi probleminin sebebi hep "ekonomik krizler" olarak gösterildi. 2001 krizinden sonra Türkiye'deki işsizlik oranı %11 civarındaydı. 2002-2008

yılları arasında yılda ortalama %5 büyüme oranı gerçekleşirken, işsizlik oranı 2008 itibarıyla %10 civarına düştü. Bir düşünün; toplamda %35'lik bir büyüme sonucunda işsizlik sadece 1 puan düşebiliyor. O halde; işsizliğin, düşük ücretlerin ve mutsuz çalışanların sebebi sadece ekonomi veya ekonomik krizler değil. Peki, sorun ne? Aslında cevabı basit: *Kendimizi gerektiği kadar tanımıyoruz.*

Bunu okuduğunuzda muhtemelen size çok fazla bir şey ifade etmeyecek. Ancak biraz daha gerilere dönerek düşünebilirsiniz. İlköğretim ya da liseyi neden okudunuz? Bunun birkaç cevabı olabilir: Birincisi üniversiteye girmek için, ikincisi meslek edinebilmek için ve üçüncüsü zorunlu olduğu için. Peki, sizce neden işe gireriz veya bir meslek ediniriz? Bu soruya verilen cevaplarda genellikle; “para kazanmak için”, “hayatımı geçindirmek için”, “kiramı ve masraflarımı ödemek için” şeklinde olabiliyor. İşte burada büyük bir yanılgıya düşüyorsunuz. Okuldan başlayarak bir şekilde hayatımızı ilerletmemizi sağlayan sürecin amacı kesinlikle sadece “kiramızı ödemek” ya da “kendimizi geçindirmek olmamalı”. Sınırlı geçireceğimiz hayat zamanımız, bu kadar basit bir amaç uğruna harcanmamalı. Okuldan işe kadar bütün yaşantımızın en önemli amacı:

“Daha iyi bir hayat yaşamak” olmalıdır.

Daha iyi bir hayat yaşamamanın altını sizi daha mutlu eden her şeyle doldurabilirsiniz. Örneğin:

- Sevdiklerinizle birlikte vakit geçirmek,
- Huzurlu bir tatil yapmak,
- Eğlenmek ve iyi vakit geçirmek,
- Güzel bir yemeğe çıkmak,
- Pazar sabahı keyifli bir kahvaltı ardından gazete okumak,
- Başarılı olmak,
- Keyifli çalışmak.

Bu listeyi daha da uzatmak mümkün olabilir. Dikkatinizi çektiyse bu tür bir odak öncelikle sizi çok daha mutlu kılacaktır. “Peki, bu nasıl olacak?” dediğinizi duyar gibiyiz.

Bu rehber içerisinde “daha iyi bir hayat” yaşatabilecek bazı ipuçlarını size vermeye çalışacağız. Bütün büyük kazançlar aslında çok basit bir şeyle başlıyor: “Yeni bir fikirle”. Hayatımızı idame ettirmek ve günlük sorunlarımızla o kadar

yoğunuz ki, oturup hayatımızı daha güzel bir hale getirecek fikirleri düşünecek zamanımız genelde olmuyor. O yoğun hayatımızdan çok kısa bir süreyi kendimize ayırarak çok büyük değişimlere, kazançlara dolayısıyla da daha iyi bir hayata yelken açabileceğinizin farkında mısınız?

Bu rehber, girişimciliği bir iş olarak değil bir ruh hali olarak düşünerek hazırlanmıştır. Bu yüzden temelde iki bölümden oluşuyor:

Birinci bölümde “fikir” üretebilmek ve “problem” çözebilmek, kısacası “yaratıcı olabilmek” için size gerekli olan ruh halinin nasıl bir şey olduğunu anlatmaya çalışacağız.

İkinci bölümde bu ruh halini oluşturanların sahip oldukları yeni bir fikri hayata geçirebilmek için bilgi eksiklerini ne şekilde kapatacaklarını ve ihtiyaç duydukları her türlü desteğe nereden, ne şekilde ulaşabileceğini anlatacağız.

BÖLÜM 1 - DÜNYAYI DAHA GÜZEL BİR YER YAPMAK

Dünyamızı daha yaşanır ve güzel bir hale getirmek için elimizdekilerin farkına varmamız ve onları en iyi şekilde yönetebiliyor olmamız gerekir. Bunlar: *iyi bir fikir, anlam yaratmak, başlamak, fikri satmak(konumlandırma), iş planı oluşturmak ve finansal analiz* başlıkları altında anlatıldı.

1.1. İYİ BİR FİKİR

Dünyada yapılmış olan en büyük keşifler, sunulan en yenilikçi ürünler ve hizmetler ile insanlık hayatını ve tarihini etkileyen olayların tümü temelde bir fikir üzerine dayanıyor. Bahsettiğimiz aslında son derece basit ama bir o kadar da değerli bir süreç. Örneğin, normalde pencerenin yana doğru açıldığını biliyorsunuz. Birisi şunu düşünüyor: “Bu pencere açıldığında içeri çok fazla hava akışı oluyor. Pencereyi açarken, hava akışının bizi rahatsız etmemesini nasıl sağlayabilirim?” İşte bu basit düşünce dikey olarak açılan pencere fikrini doğuruyor. Ayrıca her iki şekilde de açılacak bir mekanizma yapmak da hiç zor olmuyor. Diğer bir firmada çalışan mühendisler, insanların hem cam hem de balkon keyfini istedikleri zaman yaşamalarını mümkün

kılacak bir teknoloji geliřtirmek istiyorlar. Bir dűřűnűn; sabah tűm camla mutfađınızdan bakıyorsunuz, bir dűđmeye basınca cam ikiye katlanıyor ve camdan bir balkon halini alıyor. Fikirler biraz hayal gűcű, biraz gűzlem ve biraz da farkına varmakla ortaya çıkıyor.

“Fikir nedir, nasıl bir şeydir?” sorularına cevap aradığınızda onlarca tanım karşınıza çıkabilir. James Webb Young (2003) tarafından yapılan bizce en açıklayıcı olanı: “Fikir, eski unsurların yeni birleşiminden ۆte bir şey değildir”.

Bu tanım bize açıkça řu soruyu soruyor: “Her zaman baktığımız şeyleri farklı bir şekilde nasıl gűrebiliriz?” Aslına bakarsanız gűzel fikirler her gűn her saat tam karşımızda duruyor. nemli olan, bunları yakalayacak farkındalığınızın olmasıdır. Öyleyse; iyi bir girişimin, gűzel kazançların ve daha iyi bir dűnyanın anahtarı, iyi bir fikirden geçiyor. Fikirleri nasıl bulabiliriz? İşte size birkaç kullanışlı tavsiye:

- **Eđlenin:** İyi fikirler bulmak için bir araya gelip uzun toplantılar yapmak, atık kařlı çalıřmalar yapmanın çok da bűyűk bir anlamı olduđunu dűřűnműyoruz. En ۆretken olduđumuz zamanlar kendimizi iyi hissettiđimiz ve hayata

daha olumlu baktığımız zamanlardır. Kendinizi “Benim iyi bir fikir bulmak lazım!” diyerek sıkarsanız bu sizin iyi bir fikir bulmanızı büyük ihtimalle sağlamayacaktır. Kendinizi ne kadar iyi hissederseniz, ne kadar eğlenirseniz hayal gücünüz o kadar çok çalışır. Hayal gücü ne kadar çalışırsa o kadar farklı şeyler ortaya çıkarabilirsiniz. Ne kadar farklı şeyler ortaya çıkarsa, o kadar güzel bir yer olur yaşadığımız dünya. Kendinizi bir ofisin dört duvarı arasında sıkmayın, size ilham verecek olan şeyleri yapın. Müzik dinleyin, sevdiğiniz bir parka gidin, sinema ve tiyatroya zaman ayırın ve insanlarla konuşun... Zihninizi ne kadar çok yeni şeylere açarsanız ve bundan keyif alırsanız, yeni bir fikir bulma olasılığınız da o kadar çok artacaktır.

• **Fikirleri sevin:** Bazılarımız çocukken büyüklerimizin söylediği ve tekrarladığı bazı şeyleri hep hatırlarız. Bunlardan bir tanesi: “İyi düşün iyi olsun”dur. Özellikle son zamanlarda, iyi düşünmenin iyi enerjiyi çektiği çok çeşitli vesilelerle söylenir oldu. Buna inanıp inanmamak size kalmış. Ancak bir düşünün... Çevrenizde en çok sağlıkla ilgili şikâyetleri olanlar, en çok hastalananlar olmadı mı? En çok maddi sıkıntıdan şikâyet edenler maddi sıkıntılar yaşamadı mı? Enerji açıklanabilir mi bilinmez ama beyninizi

odakladığınız şeylerin yaşamınızı bir şekilde etkilediğini söyleyebiliriz. Çoğu insan yeni bir fikri olduğunda öncelikle mutlaka birileri tarafından bir yerlerde hayata geçirildiğini düşünür. Bu sebeple fikrini kaydetmeden unuttur. Ancak emin olun dünyanın önemli bir kısmı sizin gibi düşünüyor! Bu yüzden fikirden öte uygulamak çok daha önemli oluyor (Bakınız: Bölüm 1.3). Eğer her şeyin “tek bir çözümü” olduğunu ya da sizi zengin edecek “tek bir fikir” olduğunu düşünüyorsanız, büyük bir yanlıgıdasınız. Çünkü tek değil, sınırsız çözüm ve sınırsız olasılık var. Fikirler oralarda bir yerde bunu bilin ve kabul edin.

• **Düşünce biçiminizi değiştirin:** Beynimizin ön kısmı bizim hayal kurmamızı, görsel olarak kendimizi veya bir objeyi bir yerde hayal etmemizi sağlar. Aynı zamanda beynimizin bu kısmını, geçmişimizi ve onunla ilgili şeyleri çağırarak için kullanırız. Gelecekle ilgili planlamalarımızı da bu kısım sayesinde yaparız. Ancak beynimizin bu kısmı, aslında yaratıcılığımızı engelleyen ve öldüren bir katile dönüşebiliyor! Küçük bir çocuğu düşünün... Beyninin ön lobu gelişmediği için geçmiş ve gelecek yok. Bunları düşünmeden problem çözüyor. Bu yüzden inanılmaz yaratıcı, dünyayı bir yetişkinin algılayamayacağı şekilde algılıyor, nesnelere farklı yönleriyle görüyor. Bir çocuk eline ilk boya kalemini aldığı anda beyninin

o müthiş gücünü kullanıyor. Akla hayale gelmeyecek şeyler çizebiliyor ve düşünebiliyor. Ya sonrasında? Bu yaratıcılıktan *eğitilerek* uzaklaşıyor... Hepimiz, bu aşamadan sonra herhangi bir problem çözerken ya da düşünürken geçmişi ve geleceğimizi düşünmeye başlıyoruz. Bu da bizim önümüzdeki sonsuz olasılıkları belki de bire indiriyor. Jack Foster, 2003’de yayımlanan “Fikir Nasıl Bulunur” başlıklı kitabında öğrencilerine büyük bir hata yaptığından bahsediyor. Onlara önce ödev veriyor: “Bana iyi bir fikir bulun”. Sonra burada büyük bir yanılgıya düştüğünü anlıyor. Çünkü sadece *bir fikir yok*, binlerce belki on binlerce fikir var. Hepsi orada bir yerde duruyor. Ne kadar çok kişiyi dinlerseniz, ne kadar çok yer görürseniz ve öğrendikleriniz ne kadar farklı olursa; alışılmadık, yeni ya da değerli bir şey üretme ihtimaliniz o kadar artacaktır. Sadece tek bir şeye odaklanmak, yeni bir şeyler üretmenizi engeller. Fikirlerini olgunlaştırmaya çalıştığımız bazı girişimcilerin en büyük hatalarından bir tanesi kendilerini tek bir şeye yoğun bir şekilde odaklamaları oldu. Örneğin, bir girişimcinin turizm ile ilgili güzel fikirleri vardı. Bununla ilgili araştırma yaparken sadece *hizmet pazarlaması* üzerine kitaplar okuduğunu ve bu konuya eğildiğini fark ettik. Ancak bu doğru değildi. Ona şu soruyu sorduk: “Siz müşteri olsanız ve tatile gelseniz sizin zamanınızı

iyi geirtecek olan Őey nedir?“. Çok zaman geçmeden giriŐimcimiz farklı bir Őekilde dűŐünmeye baŐladı. Turizm sektörünün yıŐın verilerinden ziyade; dűnya yemekleri, doĐa kitapları, müze kitapları, gezi kitapları, sporla ilgili kitaplar okumaya baŐladı. Sonra ne yapmak istediğini çok daha iyi anladı. Bir fizikçi olan HeinsenberĐ’in 1935 yılında “Belirsizlik İĞkesi” olarak söylediği Őey sanırım bu konuya çok uygun: “Bir Őeyi ne kadar çok bilerseniz baŐka bir Őeyi o derecede az bilirsiniz“. Dolayısıyla, her ne kadar en iyi bildiğiniz konudan yola çıksanız da yan konuları ve etkileri de gözden kaırmadığınızdan emin olmalısınız.

1.2. ANLAM YARATMAK

Birçok yeni fikri olan ya da hâlihazırdaki yatırımlarını genişletmek isteyen giriŐimciler ile konuŐtuk. Hepsinin ortak hayali çok para kazanmaktı. Bu yüzden bütün motivasyonlarını bunun üzerine kurmuşlardı. Bu dűŐünce bazı problemlere yol açıyordu. Fikirlerin iŐ planı çalıŐmasını yaparken, odak noktası hep rakamlardı: Maliyetler, satıŐlar, oranlar, grafikler, pazar araŐtırması raporları, uzman raporları vs. Bunların hepsinin bağlı olduğu çok önemli bir faktörü bütün fikir sahipleri göz ardı ediyordu: “Anlam”.

Eğer fikriniz bir anlam yaratmıyorsa, hazırladığınız muhteşem raporların, istatistiklerin ya da aldığınız uzman görüşlerinin sizi bir yere götürmeyeceğini söyleyebiliriz. Bu noktada aslında bir bakıma yalnızsınız. İşin en önemli kısmında fikrinizin dünyaya nasıl bir anlam katacağını düşünmeniz ve hissetmeniz gerekiyor. Görüştüğümüz birçok fikir sahibi ve girişimcinin kaçırdığı temel nokta buydu. Zamanlarının ve enerjilerinin %95'ini maliyet ve gelir hesaplarıyla harcıyorlardı, geri kalan %5'ini ise fikirleri üzerine düşünüyorlardı. Kaldı ki çoğu bu kadarını bile yapmıyordu... Bu düşünce şeklinin tam tersine dönmesi gerekiyor. Zamanınızın önemli bir kısmını fikrinizin insanlara ve dünyaya ne kattığını düşünerek harcamalısınız. Para kazanarak anlam yaratamazsınız, anlam yaratarak para kazanabilirsiniz. Bunu yapmadığınız zaman “para-iş kısır döngüsü” ne giriyorsunuz. Döngü şu şekilde düşünerek başlıyor:

“Param yok iş yapamıyorum, iş yapamadığım için param yok.”

“Param yok iş yapamıyorum, iş yapamadığım için param yok.”

Ve devam ediyor...

Bu kısır döngüyü kırmanın yolu para kazanmaktan geçmiyor. Para, bir değişim aracı. Henüz dünyada para yokken insanlar ellerindeki varlıkları takas ediyorlardı. Takas yapabilmemiz için üç şart gerekiyor: Öncelikle sizin istediğiniz şey karşıda olacak. İkinci olarak, karşının istediği şey sizde olacak. Üçüncü olarak da, her iki taraf da bu değişimden yarar sağlayacağını düşünecek. Aslında para sadece takası kolaylaştırdı. Para, genel kabul görmüş bir kâğıt olarak hayatımıza girdi. Bu yüzden bizim "Param yok, iş de yok. Nasıl para kazanırım?" sorusu yerine, "Benim ürettiğim ya da sahip olduğum şeyi insanlar neden alsın?" sorusunu sormamız gerekiyor. Eğer elinizde takasa değer bir şey varsa, emin olun paranız (kazancınız) da olacaktır. Paranız olursa iş yapabilirsiniz, iş yaparsanız daha çok paranız olabilir. Gördüğünüz gibi olumsuz kısır döngü kırılıp, olumlu bir döngü haline dönüşebiliyor.

Bahsedilen olumsuz kısır döngüyü kırmanın yolu bakış açınızı tamamıyla değiştirmekten geçiyor. İnsanların sizden değecek olan şeyleri alabilmeleri için, *anlam* yaratmanız

gerekir. Şu soruları kendinize sorarak fikrinizin anlamını sorgulamaya başlayabilirsiniz:

- Fikriniz dűnyayı daha gűzel bir yer haline getiriyor mu?
- Fikriniz yanlıř olan bir Őeyi dűzeltiyor mu?
- Fikriniz iyi olan bir Şeyin sonunun gelmesini engelliyor mu?
- Fikriniz insanların yařam kalitesini yűkseltiyor mu?

Bu dűrt temel soru ilk bakıřta oldukça kolay gűrűnűyor. Ancak, bunların űzerine çok iyi dűřűnmek gerekiyor. Eęer bűyűk bir aęaç dikmek istiyorsanız, kűűcűk bir fidanla bařlarsınız. Ancak eęer o fidanda zararlı bakteriler varsa, aęaç bűyűdűęűnde ya űrűr ya da saęlıksız bir Őekilde bűyűmeye devam eder. Yanlıř bir bařlangıç yanlıř sonuçlara gűtűrűr.

Bu soruların cevaplarını műmkűn olduęunca *somut* Őekilde vermelisiniz. Őrneęin kahve yatırımı yapmak isteyen bir giriřimcinin, “kaliteli kahve űretmek” Őeklinde ifade ettięi amacı somut deęildir. Buradaki “kaliteli” sűzű havada kalmaktadır. Herkes bu sűzcűęű farklı Őekilde algılayabilir ve yorumlayabilir. Bu yűzden; açık olmayan, kolay anlařılmayan ve akılda kalmayan bir cevap motive edici cevap

olmayacaktır. Bunun yerine “boş zamanları keyifli hale getirmek” daha anlam odaklı bir cevap olabilir. Böylece ürününüzle ilgili her türlü düzenlemede düşüneceğiniz tek şey “boş zamanları keyifli yapmak” olacaktır.

Burada karıştırılmaması gereken şey, bu cevabın sizin potansiyel müşterileriniz için değil *sizin için* söylenmiş olmasıdır. Bu cevap sizi harekete geçirecek ve yarattığınız anlam üzerine yoğunlaşmanızı sağlayacaktır. Çoğu büyük işletme yöneticisi ya da işlerini yeni kuran girişimciler bahsettiğimiz “anlam”ı vizyon ve misyon bildirimleri ile karıştırırlar. Çok kısaca açıklamak gerekirse vizyon; işletmenin gelecekte kendini nerede gördüğünü, misyon ise o yola nasıl gideceğini gösteren ifadelerdir. Bir girişimcinin işe başlarken düşüneceği şey vizyon ya da misyon bildirisinin nasıl olacağı değildir. Aşağıda örnek olarak Türkiye’de tanınmış bir perakende(süpermarket zinciri) firmasının vizyon bildirimi var:

“Modern perakendecilikte Türkiye ve çevre ülkelere yayılma ve tüketici beklentilerinin hep önünde olma stratejisiyle, farklı formatlarda hizmet vererek tüketiciye en yakın olmaktır.”

Şimdi bunu okuyun ve geriye doğru yaslanıp bir düşünün: Perakendecilik sektörüne girmeyi düşünüyorsunuz. Yukarıdaki ifade size bir şey ifade ediyor mu? Ya da sizin yanınızda çalışacak olanlara bir şey ifade eder mi? Cevabınızı duyar gibiyiz: Kocaman bir hayır!

Bunun yerine, *“Alıcıya herkesten daha yakın olmak”*, daha basit ve daha somut bir cümle olurdu. Bu durumda söz konusu firma müşteriye yakın olmak için gerekenleri belirler ve onları uygulayabilirdi. Çünkü onların katacağı en büyük *anlam* bu şekilde olabilirdi.

Bu güzel kelimeleri bir gün işinizi çok büyüttüğünüz zaman medyayı ve ortaklarınızı etkilemek için kullanabilirsiniz. Jeffrey Abrams'ın *“The Mission Statement Book”* (1999) adlı kitabında bir araştırmanın ilginç sonuçlarına yer verilmiş. Abrams, ABD'nde 301 şirketin bildireleri üzerinde yaptığı araştırmasında hangi kelimelerin en çok tekrar ettiğini araştırmış. Kelimeler ve tekrar sayıları şöyle:

- “Müşteriler” 211 kez,
- “Kalite” 169 kez,
- “Lider” 106 kez,

- “Toplum/topluluk” 97 kez,
- “En iyi” 94 kez,
- “Mükemmeliyet” 77 kez...

Dikkatinizi çektiyse bu kelimelerin hiçbiri harekete geçirici ya da anlam yaratıcı değil. Hepsi olabildiğince soğuk ve soyut duruyor. Ekonomide temel bir kural vardır: Çok olan şeyin değeri düşük, az olan şeyin değeri yüksektir. Bu teoriye göre bile bu kadar çok kullanılan kelimelerin artık kimse için bir şey ifade etmediğini rahatlıkla anlayabiliriz.

Yeni pazarlama konusunda önemli kitapları olan ve başarılı bir konuşmacı olarak tanınan David Meerman Scott'ın çok güzel bir sözü var: “Sizin ürününüz sizin dışınızda kimsenin umurunda değil”. Önemli olan sizin ne söylediğiniz değil, potansiyel müşterilerinizin ne anladığıdır. Evet, ürününüz onların umurunda değil ama sağlayacağı fayda, çözeceği problem veya yaşatacağı güzel anlar onların umurunda...

1.3. BAŞLAMAK

“İyi fikirler olağandır, olağan dışı olan onları hayata geçirecek kadar sıkı çalışan insanlardır”.

Otobüsle seyahat ederken, araba kullanırken, tatile gittiğinizde ya da arkadaşlarınızla tartışırken, sizin veya çevrenizdekilerin aklına ilginç fikirler gelir. Bazıları inanılmaz hoşunuza gider ama bu fikirlerin nerdeyse tamamı güzel sohbetin sona ermesiyle unutulur. Harika bir fikriniz olabilir ama eğer bu fikri gerçekleştirmek için gerekli azminiz yoksa bu fikrin sizin için ve dünya için bir değeri yoktur. Aslında gerçekleştirmenin önündeki temel engel başlayamama durumudur.

Bu *başlayamama* durumunu sadece fikirlerimizi hayata geçirirken değil, hayatımızın hemen hemen her alanında yaşıyoruz. Örneğin, çok sevdiğiniz ve uzun zamandır görmediğiniz bir arkadaşınız ile yolda karşılaşıyorsunuz. Selam verdikten sonra birbirinizi çok özlediğinizi ve mutlaka görüşmek istediğinizi belirtiyorsunuz. Niyetler gayet güzel, ancak çok ciddi bir eksik var: Zaman vermediniz, yani *başlamadınız*. Eğer görüşmek için zaman vermezseniz arkadaşınızı belki yıllar sonra yine bir tesadüf eseri göreceksiniz. Yani görüşmek ile ilgili olan güzel anların hepsi zaman içerisinde gerçekleşmeden yok olacaktır.

Fikirlerinizi gerçekleştirmek için herhangi bir çaba sarf etmemeniz de bir başlamama problemidir aslında. Peki, bizi başlamaktan uzak tutan, istememize rağmen engelleyen Şey nedir?

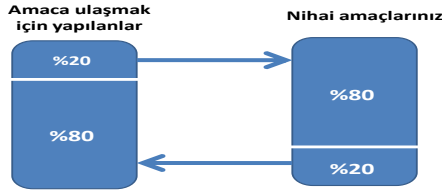
Psikolojide bu duruma kısaca “sürüncemede bırakma” ya da “erteleme” denir. Ertelemenin temel sebeplerini bir inceleyin çünkü mutlaka bazılarında kendinizi bulacaksınız:

- İnatçı kişilik,
- Baskılı bir ortamı yönetememe,
- Değişimden korkma ve belirsizlik ile yüzleşememe,
- Başarısızlık korkusu,
- Düzensizlik,
- Mükemmeliyetçilik,
- Aşırı yoğun olmak,
- Fiziksel yorgunluk,
- Kararsızlık.

Öyle sanıyoruz ki yukarıda yazanlar size yabancı gelmedi. Hepimiz bir Şeyleri erteliyoruz, erteledike büyütüyoruz, büyüttükçe daha çok erteliyoruz ve o zaman başlamamız çok

daha zor oluyor. Bu yüzden bazı zararlı alışkanlıklarımızı yönetebilmemiz ve kendi adımıza daha iyi duruma getirebilmemiz gerekiyor. Şimdi kısaca “ertelemenin üstesinden nasıl gelinir”, ona bir bakalım:

- **Önce problemi anlayın:** Eğer erteleme gibi bir sorunuz varsa önce bunu kabul etmelisiniz. Ancak çoğu erteleyici bunu ertelemek için bir silah olarak kullanır. Yani kendisinin tembel olduğunu ve bu işleri yapamadığını söyler durur. Hiçbir şeye başlamaz ve sadece anlık olarak vicdanını rahatlatır. Bizim burada bahsettiğimiz şey bir an önce başlamak olduğundan işlerinizi önem sırasına koymanızı tavsiye ediyoruz. Vilfredo Pareto ünlü bir ekonomist. Pareto kuralı; “Kullandığımız girdilerin %20’si, çıktılarımızın %80’ine katkı sağlıyor” der. Mantığı daha net anlayabilmek için şu grafiği incelemekte fayda olabilir:



Pareto bu teori üzerine çalıştığında bu teorinin neredeyse uygulanabilecek bir şey olduğunu tahmin etmiş midir bilmiyoruz ama günümüze rahatlıkla uyarlanabildiğini söyleyebiliriz. Hayatınızda öyle işler var ki sizin başarınız üzerinde diğerlerine göre çok daha etkili. Şunu düşünün: Gün içinde yaptığınız işlerden hangileri size amacınıza ulaşmanız konusunda doğrudan destek veriyor? Yaptığınız işlerin %80'i sizi amaçlarınızın %20'sine ulaştırıyor. Bu durumda en önemli işlerinizi sıralayın. İşiniz için en çok katma değer yaratan faaliyetlerinizi öncelik verin.

- **Hemen ve şimdi başlayın:** Gerekli listeyi oluşturduktan sonra, *bitirmeye* değil *başlamaya* odaklanın. Eğer motivasyonunuzu azaltan ya da bozan bir iş ile uğraşmak zorunda kalırsanız, “Yapmak zorundayım” yerine “Bunu yapmayı ben seçtim, benim için iyi olacak” demeyi deneyin.

- **İşinizi daha küçük işlere bölün:** Önünüzde yığılan işler ve belirlediğiniz amaçların fazla olması işinizi zorlaştırır. Bunun yerine işlerinizi daha küçük parçalara bölün. Normalde bir kitabın 100 sayfasını okumayı hedefleyebilirsiniz ama bu baskıyla o gün hiçbir şey yapmamaktansa 5 sayfasını okumak daha iyi değil midir? Daha küçük işleri hızlı hallettiğinizde motivasyonunuz daha çok artacak, böylece bütün işi daha kolay bitirebileceksiniz.

- **Stresi azaltın:** Eğer sürekli kendinizi baskı altında hissediyorsanız bu sizin üretken şekilde çalışmanızı ve yaratıcılığınızı etkileyecektir. Mükemmeliyetçiliğin ertelemeye yol açtığını unutmayın. Kendinize zaman verin. Sürekli olarak aşırı yüklü işlere girişmeyin. Bir anda her şeyi bitirmeye çalışmayın.

- **Kendinizi ödüllendirin:** İş küçük parçalara böldükten sonra her küçük amaca ulaştığınızda kendinizi ödüllendirin. Sevdiğiniz bir arkadaşınızla gönül rahatlığı ile sinemaya gidin, kendinize sevdiğiniz bir yemeği ısmarlayın, en sevdiğiniz CD'yi alıp dinleyin.

Zamanınızı iyi yönetemezseniz fikir üretmek için de gerekli olan enerjiyi bulamazsınız. Unutmayalım ki en önemli katma değerinizi, dünyayı daha güzel bir yer yapan fikirlerinizdir.

Neden başlamak için bekliyorsunuz?

En iyi yüzücüler, suda çok kaza geçirenlerdir. En iyi futbolcular, çalışırken en çok sakatlananlardır. En iyi işler de en çok başarısızlığa uğrayan fikirlerden çıkabilir. Kendinize bahane üretmek yerine, inandığınız şeyi sadece uygulayın ve

bunu beklemeden yapın. “Ama” ve “Eğer” kelimelerini kendinize yasaklayın. Sadece BAŞLAYIN!

1.4. FİKRİ SATMAK(KONUMLANDIRMA)

“Söyledikleriniz ve yaptıklarınız unutulur ancak hissettirdikleriniz asla unutulmaz”. - Maya Angelou

Harika bir fikriniz var, onu dünya için anlamlı hale getirdiniz, desteklerinizi aldınız ve nihayet başladınız. Tebrikler! Artık bir girişimci oldunuz. Fikri gerçeğe dönüştürmek son derece önemli bir adımdı. Şimdi geriye doğru yaslanıp, bir nefes alıp dinlenebilirsiniz. Artık kendinize ayıracak daha çok vaktiniz olacak.

Öyle mi dersiniz?

Tabi ki hayır.

Ancak çoğu fikir sahibi, işlerinin buradan sonra azalacağını öngörüyor. Bu doğru bir bakış açısı değildir. İşlerin tam da başladığı ve belki de normal çalışma sürenizi ikiye katlayacağınız zamanlar gelmiştir.

Sürecin bu kısmında işinizin tam anlamıyla sahibi olacaksınız. Artık işinizi sizin yetiştirdiğiniz ve büyüttüğünüz bir çocuk olarak görebilirsiniz. Çocuğunuza iyi bir eğitim vermezseniz ve onu iyi beslemezseniz, bu onun ilerideki hayatında insanlarla olan iletişimi bozacak, yaptığı işleri olumsuz şekilde etkileyecektir.

Gerçekleşen fikrinizi satmak ya da konumlandırmak iki anlama gelmektedir:

1. Çevreniz (müşterileriniz, ortaklarınız, medya, tedarikçileriniz ve diğer paydaşlarınız) ile iletişiminizi nasıl kuracağınıza karar vermek,
2. Potansiyel yatırımcılara kendinizi tanıtmak ve böylece ek yatırım sağlamak.

İnsanlara ürününüzü anlatacaksınız. Unutmayın ki sizin ne anlattığınız değil onların ne anladığı önemli. Bu yüzden herkesin anlayacağı şekilde bunu yapmanız gerekiyor. Proje getiren girişimci adayları kendi ürünlerinin genelde “harika”, “piyasayı sallayacak”, “çok para kazandıracak” bir ürün olarak görmeleri ve kendilerine güvenmeleri normal. Ancak

kendinize ürününüzle ilgili çok basit bir soru sormanız gerekiyor:

“Bu ürün ne yapıyor, ne işe yarıyor?” ya da “Biz ne yapıyoruz?”

Soru son derece basit gözükabilir. Ancak birçok proje adayı bu basit soruya dolambaçlı ya da muğlâk cevap veriyor. Eğer siz bu soruya somut bir cevap veremezseniz, karşınızda kim olursa olsun kurduğunuz iletişim eksik olacaktır.

Çevrenizdekilere(paydaşlarınıza) samimi olun. Yatırımcılara net olun. Ne yaptığınızı ve bunun ne anlam ifade edeceğini anlatın. Bunu daha kolay yapabilmemiz için size önerimiz, “İşimi yedi yaşında bir çocuğa nasıl anlatırdım?” diye düşünerek aktarın. Fazla cümle kurmayın. İşinizin öz faydası neyse öncelikle ondan bahsedin. Gazetelerde atılan başlıklar, aslında direkt olarak haberin sonucunu söyler. Siz merak ederseniz okumaya devam edersiniz. Siz de işinizi anlatırken önce vurucu ve etkileyici başlığınızı verin, merak eden zaten okumaya devam edecektir.

Bunu yaparken mümkün olduğunca gücünüz neyse ona odaklanın. Çoğu girişimci N.O.Y.A(Ne-iş Olsa Yaparım Ağabey) prensibini benimsemiştir. Girişimciler ne kadar çok özelliği bir üründe toplarlarsa, insanlar için o kadar büyük bir değer yaratacaklarını düşünür. Bunun başarısız olduğuna basit bir örnek verebiliriz; piyasadaki normal cep telefonlarının bazı temel özellikleri var; konuşma, kısa mesaj, fotoğraf çekme, oyun gibi. Bu temel özelliklerinin yanında müşteriler bazı ek dileklerini de dile getiriyorlar:

- Telefonda çift sim kart olsa ne güzel olur,
- Fotoğraf makinesi en az 5 mega piksel olsun,
- Ekranı büyük olsun,
- Telefon küçük olsun,
- Hafif olsun,
- Her telefonla bluethooth bağlantısı sağlasın,
- Kablosuz internet bağlantısı olsun,
- Televizyonu olsun,
- Radyosu olsun,
- Görüntülü konuşma olsun vs...

Bunları dinleyen girişimciler, bahsedilenlerin tümünü içeren telefon yapmaya karar veriyorlar. Evet, piyasada yaklaşık 300

TL'na yukarıdaki özelliklerin %80'ine sahip olabiliyorsunuz. Peki, bu konumlandırma telefon üreticisinin satışlarını arttırdı mı? Cevap kocaman bir “hayır”dır. Onun 5 katı fiyata mal olan bir Iphone milyonlarca satarken, bu tür telefonlar binleri bile geçememiş ve nerdeyse yok olup gitme tehlikesiyle baş başa kalmıştır. Aslında akılcı bir şekilde düşündüğünüzde bu telefon daha avantajlıdır. Hem çok ucuz, hem televizyonlu, hem radyolu hem çift sim kartlı hem de kablosuz internete girebilmektedir. Buradaki sorun “Ne yapıyoruz?” sorusuna odaklanmamaktan kaynaklanmaktadır. Halbuki yukarıdaki özelliklerin sadece %50'sine sahip olan Iphone, daha pahalı olmasına rağmen daha çok satmaktadır. İnsanlar mantıklı değil midir? Yapılan birçok araştırma, alışveriş yaparken aldığımız kararların çok az bir kısmının “rasyonel”(akılcı) kararlar olduğunu göstermiştir. Bunun anlamı, kararlarımızın çok önemli bir kısmını *duygusal* olarak alıyor olduğumuzdur. Ancak iş konumlandırmaya geldiğinde, bir şeyler anlatmaya geldiğinde böyle olduğunu unutuyoruz.

Yukarıda söylediklerimizin aslında özeti basittir:

Odaklanın, odaklanın ve odaklanın...

1.5. İŞ PLANI OLUŞTURMA

Eğer fikriniz için sizin yeteri kadar sermayeniz yoksa bu sermayeyi başka birileri sağlayacaktır. Ancak kurumları ya da insanları fikriniz iyi olduğu konusunda ikna etmelisiniz. Daha önce de bahsettiğimiz gibi girişimciler(fikir sahipleri) kendi fikirlerine o kadar çok bağlanıyorlar ki onun dünyanın en iyi girişimi olduğuna inanarak hiçbir eleştiriyi kabul etmiyorlar veya savunmaya geçiyorlar. Öncelikle fikrinize yapılan eleştirileri gelişiminiz için değerli yönlendirmeler olarak görmelisiniz. Oscar Wilde'ın bu konuda çok güzel bir sözü var:

"Herkes benim düşünceme katılırsa yanılmış olmaktan korkarım..."

Bir yerde herkes aynı şeyi düşünüyorsa, hiçbir şey değişmez. Hiçbir şey değişmezse yenilik ortaya çıkmaz. Yeni bir şey ortaya çıkmazsa daha çok kazanamazsınız. Zaten sizin yerinize birileri kazanıyordur. Kimi zaman toplantı ve sunumlarda konuşmacıya yapılan eleştiriler kişiselleştirilir ve sadece sarsılan egoyu tamir için bir çatışma ortamı oluşur. Bu sizin fikrinizin ya da söylemeye çalıştığınız şeyin daha iyiye gitmesine ve gelişmesine herhangi bir katkıda bulunmaz.

Eleştirileri gelişiminizin ve kazanımlarınızın bir parçası olarak kabul etmeniz sizi daha iyi bir girişimci yapacaktır.

İş planı; sizin ne tür bir katma değeriniz olacağını, bundan nasıl para kazanacağınızı ve istiyorsanız yatırımcıya nasıl para kazandıracağınızı gösteren bir dosyadır. Genelde bu tür bir dosyayı profesyonel firmalar hazırlar. Bazen de girişimci adayı birçok farklı kişiyle görüşerek iş planını hazırlatmaya çalışır. Ancak bir başlangıç girişimi için aşırı detayı olan ya da çok teknik bir iş planına gerek yoktur. Bu yüzden iş planınızı, bir takım sorulara cevap vererek hazırlamanızın hem sizin için, hem de sizi tanımak isteyen yatırımcı için daha iyi olduğunu düşünüyoruz. Aşağıda verilen “iş planı şablon”undaki soruları bir gözden geçirin, mümkün olduğu kadar soruları yanıtlamaya çalışın. Ne kadar çok soruya cevap verirseniz, kafanız o kadar net olacaktır. Sizin kafanız ne kadar netse, yatırımcıya da o ölçüde faydalı olacaksınız. Böylece onun da size yatırım yapma olasılığı artacaktır.

İş Planı Şablonu

1. Genel açıklama- (Bu en önemli kısımdır)

- Fikriniz hangi problemi çözüyor?
- Bu çözümden nasıl para kazanmayı düşünüyorsunuz?

2. Yönetim ekibi

- Siz kimsiniz?
- Hangi alanda uzmanız?
- Daha önce buna benzer bir şey uyguladınız mı?
- Bununla ilgili daha önceden bir eğitiminiz var mı?
- Bu fikir için güvenilir kişilere danıştınız mı?

3. Pazar ve hedeflenen müşteri

- Bulduğunuz pazar ne kadar geniş?
- Pazarın büyüme ihtimali var mı ya da büyüyor mu?
- Hedef müşteriniz kim?

- Pazarın sizce problemi ve ihtiyacı ne?

4. Örnek senaryo

- Sizin çözümünüz olmadan var olan durumda, potansiyel müşteriler sorunu çözebiliyorlar mı?
- Ne şekilde çözüyorlar?

5. Detaylı çözüm

- İşiniz size nasıl para kazandırıyor? Gelir modelinizi detaylıca açıklayınız.
- Ürününüzün prototipi var mı? Onu görsel olarak sunabileceğiniz bir cihaz var mı?
- Yanınızda size yardımcı olan ve teknik işlerden anlayan biri mi var? Yoksa siz mi yapacaksınız?
- Satış stratejiniz nasıl olacak? Hangi kanalları kullanarak satış yapacaksınız?

6. Rekabet

- Zayıf ve güçlü yönleriniz neler? (Lütfen samimi olun)

- Kendinizi diğerlerinden nasıl ayırıyorsunuz? Sizi farklı yapan ve rekabetçi üstünlüğünüzü devam ettirecek şey nedir?
- Başka kim/kimler bu problemi çözmeye çalışıyor?
- Onların pazardaki durumu ne? Kime hitap ediyorlar?

7. Dönüm noktaları

- Şu ana kadar ne kadar ilerleme kaydettiniz? Neleri başardınız?
- Ne kadar zaman ve para harcadınız?
- Ürünü geliştirme planınız var mı? Varsa nedir?

8. Finansal beklentiler

- Temel karlılık ve gelir beklentiniz nedir?
- Karlılığı arttıracak yollar neler olabilir?
- Nakit akışınız ne zaman artıya geçebilir?
- Gelirleriniz her yıl neden artıyor/aynı kalıyor/azalıyor?

- Bu işi büyütmek için ne kadar büyüklükte bir pazara ihtiyacınız var?

9. Yatırımcıdan istenen yatırımın kullanım alanları

- Yapılacak olan yatırımın ne kadarını ne şekilde kullanacaksınız?
- İleride sermaye ihtiyacınız olacak mı? Ne kadar olabilir?
- Yatırımcının ayrılma vakti geldiğinde nasıl bir strateji izlenmelidir?

İş planınızı oluştururken özellikle ilk 7 bölüme cevap vermek kolay iken, 8. ve 9. bölümler teknik analiz yapmayı gerektirebilir. Bu yüzden size bu konuda yardımcı olabilecek ve basit finansal analiz yapmanızı sağlayacak bazı teknikleri burada aktarmaya çalışacağız.

1.6. FİNANSAL ANALİZ

Finansal analiz fikrinizin uzun vadede size ne getireceği konusunda bilgi verecektir. Ayrıca potansiyel yatırımcılarınız

açısından da, fikrinize destekte bulunmalarının ne derece anlamlı olduğunu gösterecek bir araç olacaktır. Aşağıda finansal analiz için önemli olan bazı kavramlara değineceğiz.

1.6.a. Başa Baş Noktası

Size projeniz(fikriniz) için kaynak sağlayacak olan yatırımcıların en çok merak ettiği soru, doğal olarak, yatırımları karşılığında ne kadar kazanacaklarıdır. İsteddiğiniz kadar harika bir ürününüz olduğu düşünün, istediğiniz kadar iyi ve dürüst bir insan olun, istediğiniz kadar her şeyi eksiksiz yerine getirdiğinizi anlatın, yatırımcılar sizden net bir analiz isteyeceklerdir. Onların sorduğu temel soru şudur:

“Bu yatırımı yaptığımda ne kadar zamanda ve ne kadar kazanabilirim?”

Dikkat edilecek olursa, bu sorunun içerisinde iki soru bulunuyor. Yatırımcı birincil olarak, yatırımına karşılık ne kadar kazanacağını merak ediyor. İkincil olarak ise, bunu ne kadar zamanda sağlayacağını düşünüyor. O zaman bütün bunlardan aslında gizli bir soru daha çıkıyor: “Yatırımım ne zaman karşılanmış olacak?” Bu sorunun cevabına finansta

başa baş noktası denir. Başa baş noktası, toplam gelir ile toplam giderin birbirine eşit olduğu noktaya denir. Yatırımın karı tam bu noktada sıfırdır. Bu nokta bir anlamda kara geçiş noktası olarak adlandırılabilir. Bunu derseniz bir örnekle açıklayalım:

Bir berber dükkanı kurduğunuzu varsayalım. Aynalar, lavabo, koltuklar, boya, diğer mesleki makineleri almak zorundasınız. Bunlardan kaynaklanan maliyetlere “sabit maliyetler” denir. Böyle denmesinin sebebi bu maliyetlerin sizin üretim miktarınızdan(burada üretim miktarı saç kesilecek insanların sayısıdır) bağımsız olmasıdır. Bununla birlikte her gelen müşteri için kullanacağınız şampuan, krem, su, eleman-saat ve diğer malzemelerden kaynaklanan maliyetler, “değişken maliyetler” olarak isimlendirilir. Bunlara değişken maliyetler denmesinin sebebi; üretiminiz arttıkça artması, azaldıkça da azalmasıdır. Diyelim ki yukarıda bahsi geçen sabit maliyetlerinizin toplamı 20.000 TL. Pazar araştırmanız sonucu her saç kesiminden 10 TL almaya karar verdiniz. Ancak her saç kesiminde ortalama 6 TL’lık değişken maliyetli gideriniz var. Bu durumda kaç saç kestiğinizde başa baş(sıfır kar) noktasına ulaşırsınız? Hesap basittir. Her saç kesiminde 4 TL kazanıyorsunuz ancak bu 4

TL ilk etapta sizin ilk başta yaptığınız sabit giderlerinizi çıkarmak zorunda. Bu durumda her saç kesiminden kazandığınız 4 TL ile başa baş noktasına gelmeniz için 5.000 kişinin saçını kesmeniz lazım. Böylece her saç kesiminizden kazandığınız 4 TL ile 5.000 kişiyi çarparsak 20.000 TL'lik net kazancınız baştaki sabit maliyetlerinizi karşılamış olacaktır. Demek ki 5000 kişiden sonraki her bir kişi size 4 TL net kar bırakacak. Başa baş noktasını daha kolay bulmanın yolu şudur:

Başa baş noktası = Sabit maliyetler toplamı / (Fiyat-Birim değişken maliyet)

Bu örnekte $= 20.000 / (10-6) = 5.000$ adet

Yani bir yatırım planlamasında sabit maliyetlerinizi, birim başına düşen değişken maliyetlerinizi ve piyasa fiyatınızı biliyorsanız, kara geçiş noktası olan başa baş noktasını hesaplayabilirsiniz.

1.6.b. Yatırımın Getirisi

Yukarıda yatırımcının sorduğu: “Bu yatırımı yaptığımda ne kadar zamanda ne kadar kazanabilirim?” sorusundan bahsetmiştik. Burada yatırımcının öğrenmek istediği başka bir bilgi de yatırımın ne kadar kazandıracığı olmaktadır. Bunu da yine basit bir yöntemle hesaplayabiliriz.

Ürün piyasaya çıktıktan sonra onun nakit akışlarını tahmin etmek çok önemlidir. Çok basit bir örnek verirse, yeni piyasaya çıkacak olan bir ürünün yatırım bedeli ve nakit akış tahminleri şöyledir:

Bugün(Yatırım)	Birinci Ay	İkinci Ay	Üçüncü Ay	Dördüncü Ay
(100.000)	(5.000)	45.000	30.000	35.000

Bu tabloda bütün sayılar para tutarlarını göstermektedir. Dikkat edilirse parantez içinde olan ve olmayan sayılar vardır. Parantez içindeki sayılar eksi nakit akışını, parantez içinde olmayan sayılar ise pozitif nakit akışını temsil etmektedir. Bu tabloda yaptığımız tahmin etme yöntemi ile yatırımcının

yatırdığı her bir TL için ne kadar gelir elde edeceğini bulabiliriz.

Tabloda ilk sütunda yatırım bedeli 100.000 TL doğal olarak bir nakit çıkışıdır. Şimdi bu yatırımın yaratacağı pozitif ve negatif nakit akışları ürün piyasaya girdikten sonra gelmektedir. Bu durumda öncelikle bu nakit akışlarını toplayabiliriz.

$-5000+45.000+30.000+35.000=105.000$ TL. Yani yapacağım 100.000 TL'lik yatırım karşılığında dördüncü ayın sonunda 105.000 TL'lik bir pozitif nakit girişi elde ediyorum. Bu durumda;

$$\begin{aligned} \text{Yatırımın Getirisi} &= \text{Nakit akışları toplamı} / \text{Yatırım Tutarı} \\ &= 105.000 / 100.000 = 1,05 \end{aligned}$$

Buradan anlaşılması gereken; bu projeye yatırım yapan yatırımcının, yatırdığı her 1 TL için 1,05 TL gelir elde edeceğidir. Yani yatırımın getirisini gösteren sayı ne kadar yüksekse o kadar iyi olacaktır. Hatta varsa, sizin sektörünüz için belirlenmiş ortalama bir orana ulaşmanız ve bu oran ile sizin yatırımınızın getirisini karşılaştırmalı olarak yatırımcı ile paylaşmanız faydalı olacaktır. Sektörlerle ilgili ortalamaları,

İstanbul Sanayi Odasının her yıl yayınladığı “İlk 500 Şirket Rapor”unda bulabilirsiniz.

Yaptığımız son analizde önemli bir eksik var: Gelecekte nakit girişi ve çıkışı olan tutarlar bugün aslında aynı tutarlar değildir. Bunun sebebi paranın en başta enflasyondan dolayı aynı değeri taşımaması ve zamanla değerini kaybetmesidir. Yukarıdaki yatırımın getiri analizi, paranın zaman değerini(paranın zamanla değerini kaybetmesi) göz ardı etmektedir. Belli bir tutarı bir yatırım için kullanmanın maliyeti, o parayı daha başka bir şey için kullandığınızda ne kaçırdığınız ile ölçülür. Buna ekonomi de fırsat maliyeti(alternatif maliyet) denir. Basitçe fırsat maliyeti; önünüzde birden çok seçenek varken, bir tanesini seçtiğinizde feda ettiğiniz seçenekler olarak tanımlanabilir. Yapılan her yatırımında, bir fırsat maliyeti vardır. Yatırımcı, bu parayı girişimcinin fikri yerine, çok daha az risk içerip kesin getirisi olan bir araca yatırabilirdi. Bu karşılaştırmayı yapabileceğiniz araç bankaların vadeli mevduat oranları olabilir. Yani paranın zaman değerini, bankaların TL mevduat oranlarına bakarak yapabiliriz. Bunu yapmamızın amacı; paramızı bankaya risksiz bir şekilde yatırırsaydık, ne kadar kazanabileceğimizi görmek ve fırsat maliyetimizi hesaplamaktır.

Öncelikle, yine basit bir örnek üzerinden paranın zaman değerinin ne olduğu anlamaya çalışalım. 100 TL paranız var, bu parayı bankaya yıllık %10 faiz ile yatırmayı düşünüyorsunuz. Bu durumda bu para 1 yıl sonra;

$100+100*0,1=110$ TL olacaktır. (Buradaki 0,1, %10'un kesir olarak ifadesidir($10/100$ şeklinde bulunabilir.))

Bugün yatırdığınız 100 TL 1 yıl sonra 110 TL olacaktır. 100 TL bugünkü değer(B.D.), 110 TL ise paramızın gelecekteki değeridir(G.D.). Burada yaptığımız işlem aslında;

$B.D.+B.D.*faiz\ oranı=G.D.$ olmaktadır. Bu durumda;

$B.D.(1+faiz\ oranı)=G.D.$ şeklinde bunu formülize edebiliriz.

B.D.'ini ve faiz oranını bilerek nasıl G.D.'ini bulmuşsak aynı şekilde bir paranın GD'ini ve faiz oranını bilerek de B.D.'ini bulabiliriz. Bu formülde B.D.'ini yalnız bırakırsak;

$BD=GD/(1+faiz\ oranı)$ olacaktır.

Diyelim ki paramızı bir yıl değil de iki yıl tutmaya karar verdik. O zaman anaparamız olan 100 TL üzerine işleyen faizinde üzerine bir kez daha faiz işleyeceğinden;

Birinci yıl faiz = $100+100*0,1$

İkinci yıl faiz = $100+100*0,1+(100+(100*0,1))*0,1=121,1$ TL olacaktır.

Gördüğünüz gibi faiz oranı direkt olarak anapara üzerine zaman geçtikçe işlemez. Öyle olsaydı, bu sorunun cevabı çok kolaydı. 100 TL'ye 4 yıl sonunda, yıllık %10 faiz oranı ile toplam 40 TL faiz işler derdik. Ancak bankalara koyduğumuz paraya faiz bu şekilde işlemiyor. Bir kere paraya faiz işledikten sonra, faiz işleyen paranın üzerinden faiz bir daha işliyor. Buna "bileşik faiz" deniyor. İlk bakışta biraz karışık gelmiş olabilir. Bu yüzden size bunu bir tablo ile anlatmaya çalışalım:

Diyelim ki bir bankaya %15 yıllık faiz ile 1.000 TL para yatırdınız ve bu paranın 4 yıl sonra ne kadar olacağını merak ediyorsunuz.

	Yıl 1	Yıl 2	Yıl 3	Yıl 4
Dönem Başı Para	1000	1150	1322.5	1520.87
İşleyen faiz(dönem başı paranın %15'i)	150	172.5	198.37	228.13
Yılsonu durum	1150	1322.5	1520.87	1749

Görüldüğü gibi basit hesapla yıllık %15, dört yılda %60 faiz eder ve bunun sonucunda paramızın 1.600 TL (1.000*0,6=600 TL faiz) olması gerekirken, bileşik faiz durumundan dolayı paramız 1.749 TL olmuştur. Bu sebeple, yatırım analizi yapılırken “bileşik faizin” göz önüne alınması daha doğru olacaktır.

Hatırlarsanız bugün yatırdığımız paraya B.D., gelecekte oluşacak olan değerine G.D. demiştik. Yukarıdaki bu tabloyu formülize edersek:

$B.D.(1+faiz\ oranı)^{dönem\ sayısı} = G.D.$ olacaktır. Bunu örneğimize uygularsak:

$G.D.=1.000(1+0,15)^4=1.749$ şeklinde görülebilir.

Aynı şekilde formülümüzde B.D.'ini de bulabiliriz:

$B.D. = G.D. / (1 + \text{faiz oranı})^{\text{dönem sayısı}}$ olacağından, eğer gelecekteki değeri ve faiz oranını biliyorsak:

$B.D. = 1749 / (1 + 0,15)^4 = 1.000$ TL olacaktır.

Burada da anlaşılacağı gibi; dönem sayısını, faiz oranını ve bugün yatırılan veya gelecekte oluşacak olan para tutarını değiştirerek hem B.D. (bugünkü değeri) hem de G.D. (gelecekteki değeri) bulabiliriz.

Bugünkü değeri bulmanın bize yatırım analizi açısından nasıl bir katkısı olacak? İşte kritik nokta budur. Hatırlarsanız finansal analizden bahsederken paranın zaman değerini yatırım analizindeki ilk örneğimizde dikkate almadığımızı belirtmiştik. Şimdi, o örneği tekrar yazarak paranın zaman değerini (faiz oranını) belirtip bir daha analiz yapalım:

Bugün(Yatırım)	Birinci Ay	İkinci Ay	Üçüncü Ay	Dördüncü Ay
(100.000)	(5.000)	45.000	30.000	35.000

Burada cevap aradığımız soru şudur: 100.000 TL’lik yatırım sonucunda eğer 4 dönem içerisinde yukarıdaki nakit giriş ve çıkışlarını bekliyorsak, acaba bu yatırımı yapmaya değer mi?

Dilerseniz aylık faiz oranını %5 kabul ederek yatırdığımız 100.000 TL’nin doğru bir karar olup olmadığını analiz edelim.

Bugün yatırdığımız 100.000 TL ile gelecekteki nakit akışlarını karşılaştırmak için, gelecekteki tutarları bugüne taşımamız gerekiyor. Yani gelecekteki herhangi bir tutarın paranın zaman değeri dikkate alındığında, bugün ne kadar olabileceğini görmemiz gerekiyor. Bu örnekteki gibi; her ay farklı nakit tutarları söz konusu ise, yukarıdaki formülümüzü her aya uygulayarak tutarı bugüne indirgeyebiliriz.

B.D.’ yi hatırlayalım: $B.D.=G.D./(1+faiz\ oranı)^{dönem\ sayısı}$ *

* Üs almak parantez içindeki ifadeyi kaç kez kendisi ile çarpacağınızı ifade eder. Örneğin $(1+0,1)=1,1$ ‘in 3. üssü $1,1*1,1*1,1$ şeklinde hesaplanır.

Buna göre, 1 ay sonraki 5.000 TL'nin bugünkü değeri:

$$5.000/(1+0,05)^1=4.762 \text{ TL}$$

2 Ay sonraki 45.000 TL'nin bugünkü değeri:

$$45.000/(1+0,05)^2 = 40.816 \text{ TL}$$

3 Ay sonraki 30.000 TL'nin bugünkü değeri;

$$30\ 000/(1+0,05)^3 = 29.915 \text{ TL ve}$$

4 Ay sonraki 35.000 TL'nin bugünkü değeri;

$$35.000/(1+0,05)^4 = 28.795 \text{ TL olacaktır.}$$

Bu durumda tablomuzu düzeltilmiş olarak tekrar yazabiliriz:

Bugün(Yatırım)	B.D. - Birinci Ay	B.D. - İkinci Ay	B.D. - Üçüncü Ay	B.D. - Dördüncü Ay
(100.000)	(4.762)	40.816	29.915	28.795

Şimdi paranın zaman değerini de analizimize kattığımız “yatırımın getirisini” tekrar hesaplayalım:

Yatırımın Getirisi = Yatırımdan elde edilen toplam nakit/
Yatırım tutarı

Yatırımdan elde edilen toplam nakit =

$$-4.762+40.816+29.915+28.795 = 94.764 \text{ TL}$$

Yatırım tutarı = 100.000 TL

$$\text{Yatırımın getirisi} = 94.764/100.000=0,94$$

Bunun anlamı yaptığımız her 1 TL’lık yatırım için, 0,94 TL kazanıyoruzdur. Gördüğünüz gibi paranın zaman değerini analizimize katmadığımız zaman 1,05 çıkan yatırımın getirisi, paranın zaman değeri ile birlikte uygulanabilir olmayan bir yatırıma dönüştü.

Bütün bu hesapları yaparken özellikle göz önünde bulunduracağınız veri, “faiz oranıdır”. Piyasada hiçbir zaman tek bir faiz oranına rastlamayacaksınız. Eğer biraz çevrenize bakarsanız; kredi faiz oranı, vadeli hesap faiz oranları, bono

faizleri, kupon faizleri vs. gibi birçok birbirinden farklı (fakat farkları büyük olmayan) oranları görürsünüz. Faiz oranı için tavsiyemiz bir banka yetkilisi ile konuşmanız. Gelecekte olabilecek riskleri de göz önünde bulundurduğunda, gelecekte faiz oranlarını hangi seviyede görüyor? Bunu öğrenirseniz, analizlerinizde kullanabilirsiniz.

Yukarıdaki analizlerde eğer faiz oranını çok düşük alırsanız, nakit akışlarının bugünkü değeri artacak ve yatırımınızın getirisi yüksek çıkacaktır. Bu durum, size yatırım yapacak olanların motivasyonunu yükseltse de gelecekte gerçekleşecek herhangi bir ekonomik riskte sizin başınızı ağrıttacaktır. Bu yüzden tavsiyemiz, yapacağınız yatırım analizlerinde “ihtiyatlı” davranmanız olacaktır. İhtiyatlı derken bahsettiğimiz şey gelirleri yazarken cimri, maliyetleri yazarken de cömert olmanızdır. Bu sizin gerçekleşmesi yüksek olan beklenen senaryonuz olabilir. Beklenen senaryo dışında; yine gelirlerin çok iyi olduğu ve maliyetlerin nispeten azaldığı bir iyi senaryo ile, maliyetlerin yükseldiği ve gelirlerin azaldığı kötü senaryoyu yazmanız yatırımcılara çok fazla şey ifade edecektir.

Yatırımınız için şimdiye kadar Şu soruya cevap aradık, hatırlayalım:

“Bu yatırımı yaptığımda ne kadar zamanda ve ne kadar kazanabilirim?”

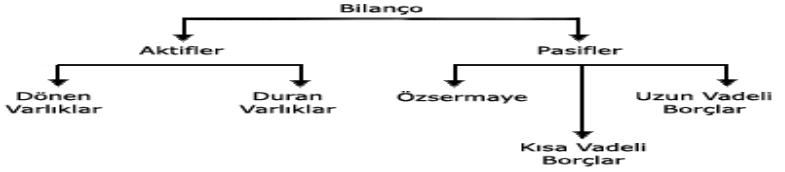
Yatırım yapıldıktan ve projenizin(firmanızın) faaliyetlerine başladıktan sonra analiz edilmesi gereken önemli noktalar kısaca Şunlardır: *1 yıldan kısa vadeli borçlarını ödeme gücü(likidite) ve işletmenin karlılığı*. Borç ödeme gücünü belirlemek, verimlilik ve karlılık kavramlarını anlamak için her işletmenin hazırlamak zorunda olduğu finansal tablolara bakmanız gerekiyor. Şimdi derseniz bu tabloları inceleyelim.

1.6.c. Finansal(Mali) Tablolar

Finansal tablolar sadece “parayla ölçülebilen” Şeyleri gösterirler. Bu tablolarda para ile ölçülmeyen bir Şey göremezsiniz. Örneği, alacağınız unun kaç kilogram olduğunu, kaç metre kumaş kestiğinizi veya kaç litre sıvı doldurduğunuzu ölçemezsiniz. Bu tablolar bir işletmenin parasal durumu hakkında bilgi verir. Bu da yukarıda bahsettiğimiz temel üç durumdur: Likidite, verimlilik ve

karlılık. Ancak bu üç durumu analiz edebilmek için önce temel finansal tabloların neye yaradıklarını ve nasıl işlediklerini anlamamız gerekli.

1.6.c.1.Bilanço:



Şekilde de görüldü gibi bilanço, temel olarak ikiye ayrılıyor: Aktifler ve pasifler. Bu iki ana kalem birbirine eşit olmalıdır. Bilanço kelimesi İngilizce'deki "balance sheet" kelimesinden gelir. Denge ve pafta kelimelerinin birleşmesinden oluşan bu kelime önemli olan kelime, "denge"dir. Denge, belli bir zamana gösteren durumdur. Yani bir bilanço bir akışı göstermez. O anki vaziyet neyse onu görürsünüz. Bunu fotoğraf çekmeye benzetebiliriz. Gazetede trajik olayların sonunda insanların fotoğraflarını görürüz. Örneğin, deprem sonrası çekilmiş bir fotoğrafta gördüğümüz şey bir *sonuçtur*. O depremin nasıl olduğunu, insanların nasıl kaçıştığını ya da nerelere saklandığı *sürecini* göremezsiniz. Bilanço da aynen

böyledir, işletmenin yapmış olduğu faaliyetlerin *yıllık bir sonucudur.*

Bu sebeple, şekilde öncelikle anlamamız gereken aktifin ve pasifin ne olduğu ve neden birbirlerine eşit olduklarıdır.

Aktifler ya da diğer adıyla varlıklar işletmenin mal ve hizmet üretmek için kullandığı her şeydir. İşletmenin kasasında duran parası, stoklarındaki mallar, alacakları, araçları, makineleri, binaları vs... Bunların hepsi işletmenin mal ve hizmet üretmesini sağlıyor. İşletme bahsettiğimiz şeyleri kullanarak kendine fon(para) üretiyor. Bu şu anlama geliyor: aktifler azaldıkça bunun karşılığı fon(para) olarak geliyor. Yani aktif azalışı aslında işletmenin gelir artışına işaret ediyor. Burada karıştırılmaması gereken nokta bilançonun hiçbir şekilde gelir ve giderle alakası olmamasıdır. Bilanço sadece yapılan faaliyetlerin sonucunu, yani vaziyeti gösteren bir mali tablodur.

Pasifler ise aktiflerin “nereden geldiklerini” gösterir. Bilançonun sağ tarafındaki aktiflerle ilgili “neden geldi” sorusunu sorarsanız cevap olarak pasifleri alabilirsiniz. Pasifler bir anlamda işletmenin aktifleri için yarattığı

kaynaklardır. Bunu basit bir örnekle açıklayabiliriz: Beğendiğiniz bir arabayı almak istediğinizi düşünün, bu arabayı kaç tür yolla finanse edebilirsiniz? Temel olarak bunun iki yolu var: Daha önceden biriktirdiğiniz paranız ve kredi kullanmak(ya da borç almak). Arabanın değeri 20.000 TL ise ve sizin 9.000 TL birikmiş paranız varsa geri kalan 11.000 TL'yi borç olarak almanız gerekiyor. Yani 9.000 TL öz sermaye ve 11.000 TL borç kullanmış oluyorsunuz. Bu alışverişin bilançosunu oluşturabiliriz artık:

Aktif(varlık)		Pasif(kaynak)
		Borç(kredi) 11 000
Araba 20 000		Öz sermaye 9 000
Aktif Toplamı: 20 000	=	Pasif Toplamı: 20 000

Şekilde görüldüğü gibi aktifte aldığınız araba yer alıyor. Çünkü kendinizi bir şirket gibi düşünürseniz, onu kullanacak ve fayda(para) sağlayacaksınız. Pasif kısmı ise temelde iki birimden oluşuyor: Borç ve özsermaye. Bunların neden birbirine eşit olduğunu ve neyi gösterdiğini sanırım bu örnekle daha iyi anlatabildik.

Daha önceki bilânçoya dönecek olursak, varlıkların temel olarak ikiye ayrıldığını görürüz: Dönen ve duran varlıklar. Buradaki fark, elimizdeki varlıkların ne kadar çabuk paraya(nakde) döndüğünü de açıklar. Eğer elimizdeki varlıklar bir yıldan kısa sürede nakde dönüyorsa bunları “dönen varlıklar” olarak; bir yıldan uzun sürede parasal fayda sağlıyorsa, bunları da “duran varlıklar” olarak tanımlıyoruz.

Dönen varlıkların içerisinde;

- Kasanızdaki ve bankanızdaki paranız ve çekleriniz,
- Menkul kıymetleriniz(bonolar, tahviller),
- Alacaklarınız ve
- Stoklarınız bulunmaktadır.

Duran varlıklar kısmında ise;

- Başka şirketler ile olan ortaklıklarınız,
- Aldığınız haklar ya da patentler,
- Araçlarınız, makineleriniz, bilgisayarlarınız bulunmaktadır.

Daha önce de belirttiğimiz gibi bu varlıklarınızın azalması işletmenize fon(para) girişi olduğunun göstergesidir.

İlk şeklimizde pasif(kaynak) toplamının temel olarak 3'e ayrıldığını görebiliyorsunuz: Özsermaye, kısa vadeli borçlar(yabancı kaynaklar) ve uzun vadeli borçlar(yabancı kaynaklar). Kısa vadeli yabancı kaynaklar, sizin bir yıldan kısa süre içerisinde ödeyeceğiniz borçlarınız anlamına gelir. Bu borçların içinde hem bankalara olan kredi borçlarınız, hem de size satış yapan satıcılara olan ticari borçlarınız vardır. Aynı zamanda, tabii ki devlete olan vergi borçlarınızda kısa vadeli yabancı kaynaklar(borçlar) içinde yer almaktadır. Uzun vadeli borçlar ise anlaşılacağı gibi 1 yıldan uzun vadeli borçları içermektedir. Özsermaye ise işletmenin ortaklarının işletmeye koyduğu para ve işletmenin elde ettiği kardan biriktirdiği kısmını içerir. Özet olarak pasifler(kaynaklar) aslında iki temel kısımdan oluşuyor; borç ve özkaynak:

• Borç: Kısa vadeli yabancı kaynak + Uzun vadeli yabancı kaynak ve

• Özsermaye

Kısaca bilançoıyü gördükten sonra şimdi de ikinci temel finansal tablo olan gelir tablosuna bakalım.

1.6.c.2.Gelir Tablosu

AYRINTILI GELİR TABLOSU

	ÖNCEKİ 2006	DÖNEM	CARİ DÖNEM 2007
BRÜT SATIŞLAR			35.805,00
1)YURTIÇI SATIŞLAR			35.805,00
2)DİĞER GELİRLER			
B)NET SATIŞLAR			35.805,00
C)SATIŞLARIN MALİYETİ(-)			34.314,79
1)SATILAN TIC.MAL.MLY.			34.314,79
BRÜT SATIŞ KARI			1.490,21
D)FAALİYET GİDERİ(-)			20.538,30
1)IŞÇI ÜC.GİDERLERİ(-)			208,65
2)GENEL YÖNETİM GİDERİ			20.329,65
3)FİNANSMAN GİDERİ			0,00
FAALİYET KARI-ZARARI			-19.048,09
E)DÖNEM KARI VERGİ VE DİĞ.YSAL YÜK.KARŞ.(-)			0,00
F)DÖNEM NET KARI ZARARI			-19.048,09
DÖNEM NET ZARARI	0	0	-19.048,09

Yasal gelir tablosu da bazı özel kurumlar dışında *bilânço gibi yıllık olarak hazırlanır*. Yukarıdaki tabloya bakıp belki biraz karışık olduğunu düşünebilirsiniz. Ancak özünde gelir tablosu iki temel bölümden oluşur;

- Gelirler ve
- Giderler

Bu kalemler ile gelir tablosunun en sonundaki sonuç kalemi o dönemde (1 yılda) elde edilen net kar veya net zararı göstermektedir. Yani bu tablonun hazırlanmasının sebebi, işletmenin *karını ve karlılığını* görmektir. Tabloda görülen tek temel gelir kalemi satışlardır. Ancak bununla birlikte işletmenin kendi faaliyetinin dışında gösterdiği aktivitelerden gelir elde edebilmesi mümkündür. Bunu olağan veya olağan dışı gelir olarak gelir tablosunda gösterebiliyoruz. Buna örnek olarak sandalye üreten bir firmanın sahip olduğu bir gayrimenkulden elde ettiği kira gelirini sayabiliriz. Kira gelirinin, işletmenin temel faaliyet alanı ile ilgisi yoktur. Dolayısıyla bu bizim yatırımcı ve girişimci için belirlediğimiz finansal analizimizin konusu olmayacaktır.

Tablodaki giderleri aslında ikiye ayırabiliriz:

- Sabit giderler ve
- Değişken giderler

Daha önce başa baş noktasını anlatırken, sabit giderler ve değişken giderlerden bahsetmiştik. Kısaca sabit giderler, yaptığınız üretimle değişmeyen giderlerdir. Bunlar yukarıdaki tabloda “faaliyet giderleri” altında yazılır. Bu faaliyetler, aynı zamanda işletmenin temel iş alanını dolaylı olarak destekleyen faaliyetlerdir. Yukarıdaki tabloya bir daha bakarsanız faaliyet giderinin altında 3 kalem görebilirsiniz: İşçiye verilen ücretler (üretim miktarı ile değişmez), genel yönetim gideri(danışmanlık, yöneticilere verilen maaşlar ve eğitimleri içerir ve bunlar da sabit gider olarak düşünülür) ve son olarak finansman gideri (işletmenin aldığı borçların faizlerini göstermektedir).

Bu tabloda değişken giderleri gösteren kısım ise net satışların hemen altında çıkardığımız “satışların maliyeti” ya da daha özel adıyla “satılan mamul/hizmet maliyeti” olarak geçer. Burada ürettiğiniz her neyse, işletmenizin temel iş alanı ile ilgilidir ve bu maliyetler, siz üretimi arttırdıkça artacaktır. Sandalye örneğini hatırlayalım. Saatlik çalışan işçiler, üretim arttıkça daha uzun saatler çalışacaklarından dolayı değişken

maliyet olarak buraya kaydedilirler. Aynı şekilde işletmenin herhangi bir üretim için aldığı hammadde ve yarı mamuller de yine bu hesap altında izlenir.

Sonuç olarak yukarıdan aşağıya doğru gelir tablosunu incelersek, gelirlerin ve giderlerin gelişimi şu şekilde olmaktadır:

- İşletme satış yapar (brüt satışlar),
- Bu satışlardan bazıları dönebilir ya da satış indirimi yapılabilir (satış indirimi/iadeleri),
- İndirimler yapıldıktan sonra işletmenin gerçek cirosuna (satış rakamına) ulaşılır (net satışlar),
- Net satışlardan önce işletmenin ana iş kolu ile ilgili olan maliyetler düşülür,
- Brüt satış karına ulaşılır,
- Brüt satış karından, işletmenin ana iş kolunu dolaylı yoldan destekleyen faaliyetlerin maliyetleri düşülür (faaliyet giderleri),
- Faaliyet karına ulaşılır (bu aynı zamanda işletmenin olağan ya da olağan olmayan gelir ve giderleri yok sayıldığında işletmenin dönem karıdır),
- Dönem karından alınacak olan vergi düşülür (vergi ve yasal yükümlülükler),

- Dönem net karı/zararı bulunur.

Bu bilgiler işletmenizin mali analizini yapabilmemiz konusunda temel sağladı. Şimdi biraz daha detaylı olarak mali analiz için gerekenleri anlatacağız.

1.6.d. İşletmenin Mali(Finansal) Analizi

İşletmenizin mali analizini yapabilmek için incelemeniz gereken iki konu; likidite ve karlılıktır.

1.6.d.1.- Kısa Vadeli Borçlarını Ödeyebilme Gücü(Likidite)

Artık temel mali tabloları genel olarak anladığımızı göre işletmenin basit bir mali analizini yapabiliriz. Daha önce de belirttiğimiz gibi önce işletmenin likiditesi, yani kısa vadeli borçları ödeme gücünü üzerinde duralım.

Önce bir örnek bilânçomuza bakalım:

AKTİFLER		PASİFLER	
Açıklama	Bu Dönem	Açıklama	Bu Dönem
I. DÖNEN VARLIKLAR	12.731.134,48	I. KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	10.412.156,96
A. HAZİR DEĞERLER	833.279,96	A. Mali Borçlar	545.061,96
1. Kasa	1.081.099,26	1. Banka Kredileri	545.061,96
3. Bankalar	656.741,69	B. Ticari Borçlar	(556.594,93)
4. Verilen Çekler ve Öd Emirleri (-)	(804.561,00)	1. Satıcılar	(556.594,93)
C. Ticari Alacaklar	2.967,65	E. Yıllara Yaygın İnş ve Onarım Hakedişleri	10.356.729,87
1. Alıcılar	2.967,65	1. Yıllara Yaygın İnş ve Onr. Hakediş Bedelleri	9.987.245,18
D. Diğer Alacaklar	856.460,77	2. Yıllara Yaygın İnşaat Enfasyon Düzeltme Hesabı	369.484,69
5. Diğer Çeşitli Alacaklar	856.460,77	F. Ödenecek Vergi ve Diğer Yükümlülükler	66.960,06
F. Yıllara Yaygın İnş. Ve Onarım Mali.	10.684.515,93	1. Ödenecek Vergi ve Fonlar	34.394,26
1. Yıllara Yaygın İnş ve Onarım Mal.	10.684.515,93	2. Ödenecek Sosyal Güvenlik Kesintileri	32.565,80
H. Diğer Dönen Varlıklar	353.910,17	III. ÖZ KAYNAKLAR	2.437.213,11
1. Devreden K.D.V.	86.746,32	A. Ödenmiş Sermaye	1.795.411,77
4. Peşin Ödenen Vergiler ve Fonlar	267.163,85	1. Sermaye	2.500.000,00
II. DURAN VARLIKLAR	118.235,59	2. Ödenmemiş Sermaye(-)	(704.588,23)
D. Maddi Duran Varlıklar	118.235,59	D. Geçmiş Yıllar Karları	641.801,34
4. Tesis, Makina ve Cihazlar	79.562,16	1. Geçmiş Yıllar Karları	641.801,34
5. Taşitlar	216.538,90	PASİF (KAYNAKLAR) TOPLAMI	12.849.370,07
6. Demirbaşlar	38.323,79		
8. Birikmiş Amortismanlar(-)	(265.909,26)		
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	49.720,00		
AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI	12.849.370,07		

Şimdi bu işletmenin kısa vadeli borç ödeme gücünü analiz edelim. Kısa vadeli borcun 1 yıldan kısa sürede ödenmesi gereken borçlar olduğunu biliyoruz. 3 aylık bir banka kredisi ya da hammadde aldığımız bir satıcıya olan borcunuz kısa vadeli borçtur. Bu borçlar doğal olarak işletmenin 1 yıl içerisinde paraya çevirebileceği varlıkları ile ödenebilir. Bunlar da daha önce bahsettiğimiz gibi dönen varlıklardır. İşletmenin kısa vadeli borç ödeme durumu, işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi açısından oldukça önemlidir. Arka arkaya dönemlerde işletmenin likiditesinin bozulması işletme için kötüye işarettir ve sonu iflase kadar gidebilir.

Dönen varlıkların bu anlamda önemi büyüktür. Dönen varlıkların yukarıdan aşağıya doğru sıralanması, paraya hızlı dönemeye(likiditeye) göre yapılmıştır. En çok likit olan, kasanızdaki paradır ve en yukarıda yer alır. Likiditesi en düşük olan, duran varlıklardaki makine ve teçhizat ise en aşağıda yer alır. İşletme, özellikle dönen varlıklar içerisinde alacaklarını ve stoklarının çok iyi yönetmek zorundadır. Yeni büyüyen işletmeler genelde bu basit kuralı göz ardı ederler. Bol bol satın alma yaparlar. Bunun sonucunda alacakları çok fazla artar, stokları birikir ve talep dengesini kuramadıkları için kısa süre sonra iş yapmalarına rağmen borçlarını ödeyemez duruma gelirler. İşletmenin bu analizini, bilançodaki bazı kalemlerini birbirine oranlayarak yapabiliriz. Likidite için “cari oran” kullanılabilir:

Cari Oran = Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

şeklinde bulunur.

Örnek işletmemizde;

Cari oran= 12.731.134/10.412.156 = 1,23

Bu işletme elindeki nakit ve nakde dönebilecek varlıklarla 1 yıldan kısa süreli borçlarını 1,23 kez ödeyebiliyor. Yani kısa vadeli borçlarını ödeme ile ilgili bir sorunu gözüküyor. Ancak bunun ne kadar iyi ne kadar kötü olduğunu sadece işletmenin kendi bilançosundaki verilerle hesaplama yaparak anlayamayız. Bunun için işletmenin içinde bulunduğu sektörün ortalamalarına ihtiyacımız var. Eğer sektöre göre işletmenin likidite durumunu değerlendirirsek çok daha doğru bir analiz yapmış oluruz. Bu raporları ufak bir ücret ile http://www.iso.org.tr/tr/web/statiksayfalar/kutuphane_yayinlar_detay.aspx#49 adresinde direkt olarak bulabilirsiniz. Bu sayfa aracılığıyla “İlk 500 Şirket” ve “İkinci 500 Şirket” kitaplarını indirebilir veya satın alabilirsiniz. Yukarıdaki örnek işletmemizin cari oranı eğer sektör ortalamasının altında ise, o zaman bu işletmenin bulunduğu sektöre göre likidite konusunda iyi olmadığı yorumunu yapabiliriz. Eğer bu oran 1 den küçük çıkarsa; kısa vadeli borçlarınızın, dönen varlıklarınızdan daha çok olduğu anlaşılacaktır. Bu, işletme için çok kritik bir sinyaldir. Bu durumun dönemler içinde tekrarı daha önce de bahsettiğimiz gibi işletmeyi iflasa götürebilir.

1.6.d.2. İşletmenin Karlılığı

Tahmin edebileceğiniz üzere, işletmenin karlılığı ile ilgili analize işletmenin gelir tablosu ile ulaşabiliriz. Burada iki kavramı iyi ayırmak gerekiyor: Karlılık ve kar. Bunlar birbirinden farklı şeyleri ifade ederler. Kar, çeşitli yukarıdaki gelir tablosunda da görüldüğü üzere farklı sonuç kalemleri şeklinde yer alır: Brüt kar, satış karı vb... Kar basitçe, gelirlerden maliyetlerin çıkarılmış halidir ve bir mutlak sayıyı ifade eder (1.500 TL gibi). Ancak karlılık bir orandır. Mali analiz yaparken bizim daha rahat karşılaştırma yapabilmemizi sağlar. Bunun neden önemli olduğunu anlamak için aşağıdaki tabloyu inceleyebilirsiniz:

	A İşletmesi	B İşletmesi
Net Satışlar(TL)	1.000.000	50.000
Satılan Malın Maliyeti(TL)	900.000	35.000
Brüt Kar(TL)	100.000	15.000
Brüt Karlılık(%) (Brüt Kar/Net Satışlar)	%10	%30

Bu rakamların hepsi yukarıda gördüğünüz gelir tablosunda var. İki işletmenin eğer sadece brüt satış karına bakıyor olsaydık, o zaman bir hataya düşerdik. Çünkü A işletmesinin brüt satış karının B işletmesinin nerdeyse 9 katı olduğunu görüyoruz. Doğal olarak; net satışlar her işletmenin içinde bulunduğu sektöre, ekonomik duruma, hacme göre değişeceği için analizimizi brüt satış karlılığı ile yapmak bize çok daha iyi sonuç verecektir. Bu örnekte de görüldüğü üzere aslında B işletmesi A'ya göre çok daha karlı gözükmemektedir. Bu yüzden gelir tablosunda mali analiz yapılırken daima bütün kalemlerin net satışlar içindeki payına bakabilirsiniz. Örneğin, işletmenin bir ürünü toplamda ne kadara mal ettiğini gösteren "satılan malın maliyeti" kaleminin de net satışlar içindeki ağırlığına bakabiliriz. Dikkat edilirse bu A işletmesi için %90(900.000/1.000.000) ve B işletmesi için %70(35.000/50.000)'dir. Buradan, B işletmesinin daha etkin bir üretim yöntemi izlediğini kısmen de olsa söyleyebiliriz.

Eğer girişiminiz yatırım alırsa ya da siz yeni bir işletme kurmaya kalkarsanız ihtiyaç duyacağınız finansal tablolar ve analiz konusunda bazı basit ve pratik bilgileri burada göstermeye çalıştık. Ancak tabii ki gerekli yatırımı

aldığınızda, bu teknik konuda daha uzman olan kurum veya kuruluşlara danışmanızı şiddetle öneriyoruz. Bu aşamada yapacağınız basit analizler daha sonra yapılacak olan daha detaylı analizler için zaman kazanmanızı sağlayacaktır.

1.7. BAŞARISIZ OLABİLECEK GİRİŞİMLERDE KULLANILAN BAZI SÖZLER

Steve Kaplan'ın "Fil Olun" (2009) kitabında yer alan ve bizim de girişimci adaylarından çok sık duyduğumuz bazı sözler var. İnsanların ölmeden önce son söyledikleri sözler gibi, bunlar da girişimlerin ölmeden önceki son sözleri olabilir. İşte size yemek masasında işle ilgili konuşurken, peçetenin arkasına yapılan hesaplar sırasındaki konuşmalardan birkaç örnek:

- "İnsanlar bu şey için ölüp bitiyorlar, talepleri karşılayamayacağız"
- "Bu tür şeylerde becerim vardır, aileden geliyor"
- "Herkes köfteyi sever"
- "Eski işimdeki ilişkilerim yeteri kadar iş getirecek"
- "Ortaklarımın ilişkileri, işleri devasa hale getirecek"

- “Burası benim memleketim; ben insanları tanıyorum, insanlar da beni”
- “İstediğim şeyi istediğim kişiye satabilirim”
- “Diyelim ki bize bu ürünün maliyeti 50 TL olsun, daha fazla ne kadar olabilir ki!”
- “Bir kere işler yoluna girince gerekli ayarlamaları yaparım”...

Bu tür şeyleri asla düşünmeyin demiyoruz. Tabii ki bunlar motivasyonu arttırıcı sözler. Ancak bütün işinizi bunların üzerine kurmanızı doğru bulmuyoruz. Dolayısı ile bir işi yapmak ve büyütmek kesinlikle sizin kafanızdaki tahminlerinize dayanan bir olgu değildir. Bu tahmin ya da sezgiler, sizin sadece riskinizi düşük olduğu gibi bir kanyaya kapılmanızı sağlayacak ve sizi işe daha rahat başlatacaktır. Çünkü kimse kaybetmeyi sevmez. Baştan hiçbir şey belli olmasa bile, herkes riskini azaltacak bir şeyler düşünmeyi sever.

Bu tür sözlerle riski kafanızda azaltmak yerine, olası riskleri göz önüne almanız ve bu durumdaki planınızı yapmanız daha yapıcı olacaktır. Bunu basit bir örnekle açıklayabiliriz:

Çok önemli bir iş görüşmesi için başka bir şehre gitmeniz gerekiyor. Uçağınızı ayarladınız. Uçuşunuz yaklaşık 1 saat sürecek. Uçağa oturdunuz, kalkışını beklerken yapılan güvenlik uyarılarını hiç dikkate almadınız. Kafanızda gerçekleşebilecek kötü bir senaryoya karşı hiçbir plan yok. Uçağınız deniz üzerinden uçarken arızalandı ve denize acil iniş yapması gerekiyor. İniş yapılırken kafanızı koltuğunuza doğru uzatmadığınız için havada uçan cisimlerden bir tanesi kafanıza çarpabilir. Can yeleğinizi uçaktan çıktıktan sonra şişirmeniz gerekirken önceden şişirdiğiniz için, uçaktan uzunca bir süre çıkamayabilirsiniz. Kaza sırasında ilk kurtarmak istediğiniz eşyalarınız size büyük bir yük olup, panik havasında sizin zor durumda kalmanıza sebep olabilir. Bütün bu risklerin olabileceği biliniyor muydu? Evet, tabii ki biliniyordu. Hatanız neydi? Bunun olabileceğine düşük ihtimal verdiğiniz için, sonuçların hayatınızda yaratacağı büyük etkileri göz ardı ettiniz. Uçağa binerken tasarlayacağınız ufak bir plan, bütün bu kritik riskleri azaltmanızı sağlayacaktı. İşinizi yaparken de bu tür planları mutlaka kafanızın bir kenarında yapmanız gerekiyor.

Bu bölümde ne öğrendik?

- Para-iş kısır döngüsünü kırmayı,
- Anlam odaklı olmanın önemini,
- Soyut değil somut amaçların daha çabuk harekete geçirdiğini,
- Sizin ürününüzün sizin dışınızda kimsenin umurunda olmadığını, ama ürünün faydasının veya çözdüğü problemin herkesin umurunda olacağını,
- Başlamanın(fikri gerçeğe dönüştürmenin) önündeki engellerin ne olduğunu,
- Fikrinizi başkalarına anlatırken herkesin anlayacağı dilde ve kısaca anlatmanız gerektiğini,
- İş planı oluştururken cevaplamamız gereken soruları,
- Yatırımın kara geçiş noktasını(baş baş noktası),
- Yatırımın getirisinin nasıl hesaplanacağını,
- Temel mali tablolar olan, bilanço ve gelir tablosunun nasıl değerlendirileceğini,
- Bir işletmenin likidite ve karlılığın nasıl analiz edildiğini.

BÖLÜM 2 - NERELERDEN DESTEK BULABİLİRSİNİZ?

Bu bölüm Embryoniks'in stratejik ortaklarından Endeavor Türkiye tarafından derlenmiştir ve girişimcilere fikirleri için destek bulabilecekleri kaynakları sunmaktadır. Bu bilgiler, Endeavor Türkiye tarafından "50 Soruda Firmanızın Rekabet Gücünü Arttırabilecek Destekler" başlığıyla, 2010 yılında İstanbul'da basılmıştır. Bu bölümde güncellenmiş halini göreceksiniz.

2.1. BAŞLANGIÇ DESTEKLERİ

Bu bölümde, henüz girişiminiz başlangıç aşamasında destek ararken aklınıza takılabileceğini düşündüğümüz soruları ve bunların cevaplarını vermeyi amaçladık. Aşağıda, başlangıç destekleri ile ilgili bazı sorular ve bunların cevaplarını bulacaksınız.

2.1.a. Başlangıç Finansmanı ve Mentorluk

Yeni bir çığır açacak fikrim ve iş planım var. Bu fikrimi hayata geçirmek ve “girişimci” olmak için finansman ve mentorluk desteğine ihtiyaç duyuyorum. Bu konuda ne tür desteklerden faydalanabilirim?

Özyeğin Üniversitesi ve LabX işbirliğinde düzenlenen “Bir FİKRİN miVAR?” yarışmasına katılabilirsiniz. birFİKRİNmiVAR? yarışması, gençlere girişimcilik ruhu aşılarmayı ve onlara kendi şirketlerini kurma olanağı sunarak iş dünyasına yeni fikirler kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu yarışmada zorlu bir jüri elemesi sonrasında finale kalan yarışmacılar, öncelikle Özyeğin Üniversitesi’nde iki günlük iş planı çalıştayına katılarak pazarlama; finansal analiz, iş planı hazırlama, etkili sunum teknikleri gibi çeşitli konularda eğitim almaktadırlar. İkinci aşamada ise yarışmacılar, konularında uzman üst düzey yöneticiler ve girişimcilerin koçluğunda, 2 ay boyunca, bir fikrin şirketleşme aşamasına kadar geçirdiği tüm aşamaları öğrenmekte ve iş planı oluşturmaktadır. 2009 yılında, yarışmanın birincisi LabX’in desteği ile melek yatırımcılardan sağlanacak 200.000 TL’lik yatırım sermayesinin yanı sıra Özyeğin Üniversite’sinden 40.000 TL

değerinde kurulum sermayesi ve 30.000 TL'lik Yönetici Eğitim Bursu almaya hak kazandı. Birinciye ayrıca Cisco Systems'tan altyapı desteği ve U.K. Trade and Investment'tan İngiltere'de kendi alanında bir şirkette kısa dönemli staj imkanı sunuldu. İlk üçe giren iş fikirlerinin sahiplerine ayrıca UK Trade and Investment'dan bir aylık dil kursu hediye edildi. İkinciye ve üçüncüye ise Özyeğin Üniversitesi'nden sırasıyla 20.000 TL ve 10.000 TL'lik Yönetici Eğitim Bursu verildi. Yarışma hakkında daha detaylı bilgiye <http://www.birfikrinmivar.com/> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

İkinci olarak, "Sanayi Bakanlığı" tarafından hazırlanan Teknogirişim Sermayesi Desteği'ne başvurabilirsiniz. Bu destek; yeni ve yenilikçi fikirleri olan genç girişimcilere bir defaya mahsus olmak üzere, en fazla 100.000 TL'na kadar, teminat alınmaksızın ve hibe olarak Merkezi Yönetim kapsamında bulunan kamu idareleri tarafından verilecektir. Bu destekten; üniversitelerin herhangi bir lisans, yüksek lisans veya doktora programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenciler ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5 yıl önce almış kişiler yararlanabilecektir. Konuya ilişkin, daha detaylı bilgilere

<http://www.sanayi.gov.tr/ServiceDetails.aspx?dataID=217&catID=305&lng=tr>
internet adresinden ulaşabilirsiniz.

Son olarak, KOSGEB'in (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirilmesi ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) sunduğu imkânlardan da faydalanabilirsiniz. KOSGEB, iş fikri geliştirme, pazar araştırması, iş planı, pazarlama planı, proje yönetimi gibi konularda ücretsiz 60 saatlik Uygulamalı Girişimcilik Programı sunmaktadır. Bunun yanı sıra KOSGEB, "Yeni Girişimci Desteği" kapsamında, düzenlediği bazı etkinliklere katılan girişimcilere yönelik 70.000TL'na kadar destek sağlamaktadır. Bu destekten faydalanabilecekler şunlardır: KOSGEB tarafından üniversitelerde gerçekleştirilen Genç Girişimci Geliştirme Programından mezun olanlar, KOSGEB tarafından verilen iş kurma danışmanlığı veya uygulamalı eğitim desteğini alanlar, KOSGEB'in işbirliği ve denetimi çerçevesinde; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu, İŞKUR, Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, belediyeler ve ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile meslek odaları tarafından ulusal ve uluslararası projeler kapsamında düzenlenen girişimcilik eğitimine katılanlar ve İş Geliştirme Merkezlerinde (İŞGEM) yer alan girişimcilerden son bir yıl içinde işletmesini kuranlar.

2.1.b. Yerleşim

Şirketimi teknoparklarda kurmamın ya da teknoparklarda ofis açmamın ne tür faydaları var?

Teknoparkta faaliyet göstermenin en büyük faydasını vergi avantajları oluşturmaktadır.

-Gelir ve Kurumlar Vergisi Muafiyeti:

Teknoparklarda faaliyet gösterecek gelir ve kurumlar vergisi mükellefi girişimcilerin, teknoparklarda geliştirecekleri ve üretecekleri yazılım ve AR-GE'ye dayalı üretim faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları, 31.12.2013 tarihine kadar Gelirler ve Kurumlar Vergisi'nden muafır.

-Ücretlerden kesilen Gelir Vergisi (Stopaj) Muafiyeti:

Teknoparkta çalışacak olan araştırmacı, yazılımcı ve AR-GE personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri, 31.12.2013 tarihine kadar her türlü vergiden muafır.

-Katma Değer Vergisi (KDV) Muafiyeti:

Teknoparklarda faaliyet gösterecek girişimcilerin kazançlarının, gelir veya kurumlar vergisinden istisna

bulunduğu süre içerisinde; münhasıran Teknoparklarda üretecekleri sistem yönetimi, veri yönetimi, iş uygulamaları, sektörel, internet, mobil ve askeri komuta kontrol uygulama yazılımı şeklindeki teslim ve hizmetleri “katma değer vergisinden” (KDV) muaftır.

Bunun yanı sıra teknoparklar, hem sektörünüzde faaliyet gösteren diğer yenilikçi şirketlerle know-how ve bilgi paylaşımı imkânı sunar; hem de üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde, firmanıza en son akademik ve bilimsel çalışmaları yakından takip etme ve bu süreçte yer alma olanağı sağlar. Teknoparklar hakkında daha detaylı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.sanayi.gov.tr/ServiceDetails.aspx?dataID=107&catID=305&lng=tr>

Serbest bölgede ofisi olan bir çok firma var. Serbest bölgeleri çekici kılan nedir? Avrupa Birliği ile uyum yasaları çerçevesinde serbest bölgelerdeki teşvikler kaldırılmayacak mı?

Serbest bölgeler, kullanıcı firmalara halen birçok avantajlar sunmaktadır. Başlıcaları şöyledir:

-“Üretim konulu faaliyet ruhsatı” kapsamında faaliyet gösteren serbest bölge kullanıcılarının imal ettikleri ürünlerin

satışından elde ettikleri kazançları, Avrupa Birliği üyeliğinin gerçekleşeceği yılın vergileme dönemi sonuna kadar “gelir veya kurumlar vergisinden” istisnadır.

-Serbest bölgelerde üretilen ürünlerin FOB bedelinin en az % 85'ini yurtdışına ihraç eden kullanıcıların istihdam ettikleri personele ödedikleri ücretler “gelir vergisinden” müstesnadır. Bu oran Bakanlar Kurulu tarafından % 50'ye kadar indirilebilir.

-Üretim faaliyetinde bulunan serbest bölge kullanıcılarının, serbest bölgelerde gerçekleştirilen faaliyetlerle ilgili olarak yapılan işlemleri ve düzenlenen kâğıtları “damga vergisi ve harçlardan” müstesnadır.

-Üretim faaliyeti dışındaki konularda 06/02/2004 tarihinden önce ruhsat almış olan kullanıcıların “gelir veya kurumlar vergisi muafiyeti”, faaliyet ruhsatı süresi sonuna kadar devam edecektir. 06/02/2004 tarihinden itibaren diğer konularda düzenlenen faaliyet ruhsatları kapsamında vergi muafiyeti bulunmamaktadır.

-Bununla birlikte, serbest bölgeler özellikle yurtdışından hammadde ithalat eden girişimcilerimiz için çok önemli bir avantaj daha sunmaktadır. Yurtdışından toplu yapacağınız alımları serbest bölgedeki ofisinizde muhafaza ederek, ara ara (ihtiyaç duydukça) bu hammaddeyi Türkiye'ye ithal

edebilirsiniz. Böylece “KDV ve gümrük vergisini” hemen değil, Türkiye’ye çektiğiniz hammadde ölçüsünde kısım kısım ödersiniz. Serbest bölgeler hakkında daha detaylı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&dil=TR&yayinid=1131&icerikid=1237&from=home>

Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet göstermek ne avantajlar sağlıyor?

- Şirketinizi devlet tarafından önceliklendirilen 49 ilde yer alan organize sanayi bölgelerinden birinde kurmanız durumunda “gelir vergisi stopajı ve sigorta priminin” işveren payını ödemezsiniz.
- “Bedelsiz arsa” tahsisinden yararlanabilir ve hiç bir ücret ödemeksizin şirketinizin faaliyetleri için arsa elde edebilirsiniz.
- Enerji masraflarınız çok ise, organize sanayi bölgesi şirketinizi kurmanız durumunda büyük bir avantaj elde edersiniz. Çünkü, enerji masraflarınız %50’ye varan oranlarda devlet tarafından karşılanmaktadır.
- Organize sanayi bölgelerinde kurulan şirketler, inşaat bitim tarihini takip eden Bütçe yılından itibaren 5 yıl süre ile emlak vergisinden, bina inşaat ve yapı kullanma izni harçları, tevhid

ve ifraz işlem harçları ile merkezi atık su arıtma tesisi işleten bölgelerde yer almaları koşuluyla atık su bedelinden muaftır.

-Kalkınmada öncelikli yörelerdeki organize sanayi bölgelerinde yeni yatırım yapacak işletmelerin yaptıracakları binalar için KOSGEB tarafından geri ödemesiz “kısmi üstyapı uygulama projesi desteği” verilmektedir. Organize sanayi bölgelerine ilişkin daha detaylı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.sanayi.gov.tr/ServiceDetails.aspx?dataID=180&catID=305&lng=tr>

2.1.c. Şirket Kurulum Giderleri

Şirketimin kuruluş aşamasında ortaya çıkacak; personel, malzeme, alet/teçhizat/yazılım, seyahat, danışmanlık, hizmet alımı ve hepsinden önemlisi ofis kira gideri gözümlü korkutuyor. Bu konuda başvurabileceğim bir destek var mı?

Evet, var.

-Eğer, üniversitelerin örgün öğretim veren herhangi bir lisans, yüksek lisans veya doktora programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5 yıl önce almış bir kişiyse; TÜBİTAK

tarafından sunulan “Teknoloji ve Yenilik Odaklı Girişimleri Destekleme Programı”na başvurabilir, bu masraflarınız için destek alabilirsiniz. TÜBİTAK projeniz kabul edilirse; masraflarınızın yoğun olduğu ilk yılda, 100.000TL’na kadar harcamalarınızı %75 oranında desteklenmektedir. Program hakkında daha detaylı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:
<http://www.tubitak.gov.tr/home.do?sid=697&pid=478>

-Şayet bu kriterleri karşılamıyorsanız, yine de başvurabileceğiniz destek programları mevcut. İlk olarak yazılım konusunda KOSGEB desteklerine başvurabilirsiniz. “ARGE, İnovasyon, ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı” altında yer alan “Makine-Teçhizat, Donanım, Hammadde, Yazılım ve Hizmet Alımı Giderleri Desteği”nden %75 destek oranıyla 100.000 (yüz bin) TL; geri ödemeli olarak da 200.000 (iki yüz bin) TL alabilirsiniz.

-Ayrıca KOSGEB’in “Çağrı Esaslı Tematik Proje Destek Programı” kapsamında; personel net ücretleri ve seyahat giderleri, yeni makine-ekipman, yazılım ve donanım alımı veya kiralanması giderleri (taşıt aracı satın alımı ve/veya kiralanması hariç), sarf malzemesi giderleri, hizmet alım giderleri, genel idari giderler %50-%60 oranında desteklenebilir.

Daha detaylı bilgiye Şu adreslerden ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6>

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=4>

2.1.d. AR-GE Faaliyetleri

Şirketimi yeni kurdum. Yenilikçilik vizyonu ile hareket edip AR-GE faaliyetlerinde bulunmak istiyorum. Sektörümde faaliyet gösteren diğer küçük ölçekli Şirketlerle birleŐerek AR-GE faaliyetlerine yönelik bir ortak laboratuvar kurmayı planlıyoruz. Bunun için ne tür desteklerden faydalanabiliriz?

-Bu konuda KOSGEB tarafından uygulanmakta olan “İŞbirliği Güçbirliği Destek Programı”na başvurabilirsiniz. Bu destek, aynı iş kolunda ve/veya birbirini tamamlayıcı iş kollarında faaliyet gösteren Şirketlerin müŐtereken yararlanacakları ortak kullanım atölyeleri (ORTKA) ve ortak kullanım laboratuvarları (ORTLAB) için satın alacakları makine ve teçhizat giderlerine destek vermeyi amaçlamaktadır. En az 5 girişimcinin bir araya gelmesi ile oluşan konsorsiyuma verilen bu destekte oranlar ve üst limitler aşağıdaki gibidir:

-Finansal kiralama yolu ile alacağınız makine-teçhizat için; kiralama süresi en fazla 2 yıl (ve izinle 12 ay daha) olacak

şekilde; faturada yer alan peşin bedeli ve KDV dışında kalan kiralama giderlerine geri ödemesiz olarak,

-Satın alınacak makine-teçhizat için;

“Geri Ödemeli Destekler” kapsamında yapılacak geri ödemeler, proje bitiminden sonra 6 (altı) ayı ödemesiz olmak üzere, üçer aylık dönemler halinde, 8 (sekiz) eşit taksitte yapılır. Geri ödemeli desteklerde faiz ve komisyon uygulanmaz.

-KOSGEB tarafından faiz uygulamadan teminat karşılığı geri ödemeli olarak destek alabilirsiniz. Bu desteğe ilişkin daha detaylı bilgilere şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=5>

AR-GE çalışmalarımı yürüteceğim laboratuvar veya atölye için gerekli makine ve teçhizatı herhangi bir ortaklık olmaksızın bizzat kendim almak istiyorum. Bu konuda ne tür destekler var?

-KOSGEB, KOBİ'lerin Araştırma ve Geliştirme faaliyetlerini desteklemek ve rekabet gücünü artırmak amacıyla teşvik vermektedir. Bu destek için, TEKMER ve DTİ Uygulayıcısı İGEM Müdürlükleri'ne başvurmalısınız. Peki, nedir bu destekler ve destek oranları?

1)Teçhizat ve demirbaşların geri ödemesiz satın alınması halinde; verilecek desteğin üst limiti 100.000(yüz bin)TL, destek oranı:%75'tir.

2)Teçhizat ve demirbaşların geri ödemeli satın alınması halinde; verilecek desteğin üst limiti 200.000 (iki yüz bin)TL, destek oranı:%75'tir.

3)Danışmanlık desteği; teknoloji araştırma ve geliştirme desteğinden yararlanan işletmelerin danışmanlık ihtiyacının karşılanabilmesini teminen; işbirliği yapılmış olan üniversitelerden sağlanacak danışmanlık hizmetinden, ilgili üniversitelerin belirlediği usul ve esaslar çerçevesinde yararlanır. İşletmelerin yurtiçi ve yurtdışındaki üniversitelerden alacağı danışmanlık hizmeti desteği üst limiti 25.000 (yirmi beş bin) TL, destek oranı:%75'tir.

4)Ar-Ge sonuçlarını yayınlama desteği; Ar-Ge çalışmasının sonuçlarının tanıtımı ve duyurulması amacı ile işletme tarafından; kitap, broşür, CD ve

benzeri doküman yayımlanmasından kaynaklanan giderlerin desteği üst limiti 5.000 (beş bin) TL, destek oranı:%75'tir.

5)Kira desteği üst limiti 18.000 (on sekiz bin) TL, destek oranı:%75'tir.

6) Ar-Ge projelerini gerçekleştirebilmeleri için, KOSGEB TEKMER Müdürlüğü binalarında ışık tahsisi 24 (yirmi dört) aya kadardır,

7) İşletmelerin; Ar-Ge konusuna ilişkin yurtdışı kongre, konferans, panel, sempozyum, teknoloji fuarları ile teknoloji transferi amaçlı yurtdışı toplantılara katılım ve ziyaret desteği üst limiti 15.000 (on beş bin) TL, destek oranı:%75'tir.

Ayrıca, KOSGEB tarafından sunulan Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Desteklerine şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6>

AR-GE dışında; üretim, yönetim-organizasyon, pazarlama, dış ticaret, insan kaynakları, mali işler ve finans, bilgi yönetimi ve bunlarla ilişkili alanlarda sunacağım projeler için nereden destek bulabilirim?

KOSGEB tarafından yürütülen “KOBİ Proje Destek Programı”; KOBİ projelerinin maliyetlerinin desteklenebildiği bir programa ihtiyaç duyulması doğrultusunda başlatıldı. Program çerçevesinde desteklenecek giderler esnektir ve projeye göre değerlendirilir. Ancak; arsa, bina, inşaat, tadilat, tefrişat ve benzeri, taşıt aracı, vergi, resim ve harçlar, sosyal güvenlik primleri, haberleşme giderleri, proje ile ilgili olmayan personel giderleri, enerji ve su giderleri, kira giderleri, finansman giderleri ve proje ile ilişkilendirilmemiş diğer maliyetler desteklenmez.

Program süresi işletme için 3 yıldır ve geri ödemesiz destek üst limiti 150.000 (yüz elli bin) TL’dir. 1. ve 2. bölgelerde destek oranı %50, 3. ve 4. bölgelerde %60’tır. Program hakkında daha detaylı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=3>

KOSGEB desteklerine başvurduğum. Bunun dışında AR-GE projelerine destek veren başka bir kurum yok mu?

Tabi ki var.

-Ülkemizde AR-GE faaliyetlerine yönelik, proje bazında destek veren en önemli kurumlardan biri TÜBİTAK'tır. TÜBİTAK'a AR-GE faaliyetleriniz için ilk başvuracağınız program "KOBİ AR-GE Başlangıç Destek Programı (1507)" dır. Bu destek programından KOBİ statüsünde olan ve daha önce TÜBİTAK'a proje başvurusunda bulunmamış kuruluşlar faydalanabilir. Bu destek programı ile bütçe üst limiti 400.000 TL olan AR-GE proje giderlerinizin %75'i ve 18 ay süre ile sınırlı ilk iki projeniz TÜBİTAK tarafından geri ödeme olmaksızın (hibe) karşılanabilir. Ayrıca, proje hazırlamak için alacağınız danışmanlık hizmetleri ve harcamalarınızı denetleyecek olan yeminli mali müşavirin masraflarınızı da destekten faydalanarak karşılayabilirsiniz.

Unutulmaması gereken şey; yoğun başvurular nedeniyle, destek başvurunuzun sonuçlanmasının diğer TÜBİTAK desteklerinde olduğu gibi, biraz zaman alabileceği ve sabırlı olmanız gerektiğidir. Yine de bu destek programı hibe şeklinde olan nadir desteklerden biridir ve AR-GE projelerinizi desteklemek için çok iyi bir fırsattır.

TÜBİTAK tarafından sunulan “KOBİ AR-GE Başlangıç Destek Programına” ilişkin daha detaylı bilgilere şu adresten ulaşabilirsiniz: <http://www.tubitak.gov.tr/home.do?sid=696&pid=478>

-Ayrıca, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı(TTGV) tarafından sunulan “Teknoloji Geliştirme Projeleri Desteğine” de başvurabilirsiniz. “Teknolojik Ürün” ve “Teknolojik Proses İnovasyonu” kavramları çerçevesinde; bilgi birikimi projeyi gerçekleştiren firmada kalmak üzere, ticari değeri olan ürünlerin elde edildiği teknoloji geliştirme düzeyindeki Ar-Ge faaliyetleri, TTGV tarafından desteklenmektedir. Sanayi kuruluşları ve yazılım şirketlerinin Ar-Ge faaliyetlerini desteklemek amacıyla oluşturulan bu desteğin tamamı geri ödemeli olup, destek miktarı en fazla 1.000.000 ABD Doları olarak belirlenmiştir. Destek süresi azami 2 yıldır. Bu desteğe ilişkin daha detaylı bilgilere şu adresten ulaşabilirsiniz: <http://www.ttgov.org.tr/tr/ar-ge-proje-destekleri>

AR-GE faaliyetinde bulunacağım. Ancak TÜBİTAK’ın “KOBİ AR-GE Başlangıç Destek Programından” zaten yararlandım. Ayrıca, yararlanmamış olsam bile, benim projemin üst limiti 400.000 TL’nin üzerinde. TTGV destekleri ise geri ödemeli. Bu durumda başvurabileceğim ne tür destekler var?

-Şayet projenizin üst limiti 400.000 TL'nin üzerinde ise ve/veya "KOBİ AR-GE Başlangıç Destek Programı"na zaten daha önceden başvurduysanız, yine TÜBİTAK tarafından sağlanan "Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı (1501)"na başvurabilirsiniz. Bu destek programı, sektöre ve firma büyüklüğüne bakılmaksızın; ülkemizde yerleşik olan, firma düzeyinde katma değer yaratan tüm kuruluşlara yöneliktir. En büyük avantajı ise AR-GE projenizin bütçesinde bir üst sınırlama zorunluluğu getirmemektedir. Buradaki destek oranı %60 seviyesindedir. Yani 1.000.000 TL'lik AR-GE Projenizin 600.000 TL'lik harcamasına yönelik destek alabilirsiniz. 1501 Programının bir diğer avantajı ise harcama yapmadan destek alabilmenizdir.

TÜBİTAK tarafından sunulan 1501 Sanayi AR-GE Projeleri Destekleme Programı'na ilişkin daha detaylı bilgilere <http://www.tubitak.gov.tr/home.do?sid=481&pid=478> adresinden ulaşabilirsiniz.

-Bunun yanı sıra, AB Çerçeve Programlarına da başvurabilirsiniz. Bu programlar, bilimsel araştırma ve teknoloji geliştirme kapasitesini arttırmayı ve sosyal ve ekonomik kalkınmayı sağlamayı amaçlamakta olup, diğer birçok topluluk programı gibi amaçları ve bütçesiyle belli bir

dönem için tasarlanmış çok yıllık programlardır. 4 temel çerçeve programı arasında girişimciler için doğru adres sayılabilecek 3 temel alan vardır:

i) İşbirliği Özel Programı: Eğer AR-GE çalışmalarınızı; sağlık, gıda, tarım ve biyoteknoloji, bilgi ve iletişim teknolojileri, nanobilim, nanoteknoloji, malzeme ve yeni üretim teknolojisi, enerji, çevre (iklim değişikliği dahil), taşımacılık (havacılık dahil), sosyo-ekonomik ve beşeri bilimler, güvenlik ve uzay alanlarında gerçekleştirecekseniz, bu programa başvurabilirsiniz. Bu program kapsamında destek alacak projelerde; en az 3 farklı AB üye veya aday ülkesinden birbirinden bağımsız 3 farklı tüzel kişiliğin (üniversite, araştırma merkezi, büyük sanayi kuruluşu, KOBİ ve kamu kurumunun) olması gerekmektedir. Bir örnek vermek gerekirse; yakın zamanda, “güvenlik” alanında, aralarında ülkemizden İTÜ’nin de bulunduğu bir konsorsiyuma, “Tankerlerden Kaynaklanan Çevre Kirliliğinin Azaltılması”na yönelik proje için AB tarafından 1.6 Milyon Euro değerinde destek sağlanmıştır.

ii) Kişiyi Destekleme Programı: Bu programın başlıca amaçları arasında; araştırma ve teknoloji alanındaki insan potansiyelini güçlendirmek, Avrupa'daki araştırmacıların bir fiil Avrupa'da çalışmalarını desteklemek, Sanayi - Akademi arasındaki (sektörler arası) değişimi desteklemek yer almaktadır. Peki, bu destek girişimcilere ne gibi yararlar sağlamaktadır? Bu destek kapsamında, kısa-orta süreli olarak, alanınızda çalışan bir akademisyeni kuruluşunuzda istihdam etme şansına kavuşabilirsiniz.

iii) Kapasiteler Özel Programı: Bu programın temel amacı ise, KOBİ'lerin inovasyon yetkinliklerini geliştirmek ve bu yolla teknolojik yeni ürün ve hizmetlerin gelişimini sağlamak yer almaktadır. Bu programdan destek alabilecek projede; birbirinden bağımsız en az 3 farklı KOBİ (bu KOBİ'ler 3 farklı AB üyesi ülke ya da asosye ülkede kurulmuş olmalıdır). En az 2 farklı AR-GE sağlayıcısı (Üniversite, AR-GE Merkezi, Büyük Sanayi Kuruluşu, ya da AR-GE yapabilme yeteneğine sahip KOBİ'ler) yer almalıdır. Örneğin yakın zamanda; devre üretim ekipmanı üreten bir KOBİ, PCB

kondansatör üreten bir KOBİ, basınçlı hava ile çalışan spor tabancaları yapan bir KOBİ ve PCB üreten ve yazılım tasarlayan bir KOBİ, 3 araştırmacı kuruluş ile işbirliği yapmıştır. Böylece; PCB bileşenlerini farklı bir yöntemle karta gömmek suretiyle daha hızlı, küçük ve güçlü bilgisayar üretim projesi geliştirmiş ve AB'nden bu proje için fon almıştır.

2.1.e. Teknoloji Transferi ve Teknolojik İşbirliği

Sektörümde faaliyet gösteren diğer yerli ve yabancı firmaların araştırmalarını takip edebilmemi; belirli alanlarda işbirliği, teknoloji transferi ve ortak yatırımlarda bulunmamı sağlayacak bir mekanizma var mı?

-Avrupa Komisyonu; Avrupa Birliği Rekabet Edilebilirlik ve Yenilikçilik Programı (CIP) kapsamında, Ocak 2008 tarihi itibari ile Yenilikçilik Aktarım Merkezleri (IRC) ve Avrupa Bilgi Merkezlerini (EIC) tek çatı altında toplamış ve 44 ülkede 550 merkez ile Enterprise Europe Network'u (Avrupa İşletmeler Ağı - AİA) faaliyete geçirmiştir.

Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesinde, Nisan 2008 tarihinden itibaren, Enterprise Europe Network kapsamında ve KOSGEB liderliğinde; ODTÜ- Teknokent, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Konya Sanayi Odası, Kayseri Ticaret Odası, Erzurum Sanayi ve Ticaret Odası ile BSN Anatolia faaliyete geçmiştir. Başta KOBİ'ler olmak üzere; sanayiye ve üniversitelere ücretsiz danışmanlık hizmeti vermektedir. BSN Anatolia sadece potansiyel iş ortaklarının bulunması aşamasında yardımcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda da finansman, yasal konular, fikri mülkiyet hakları ve anlaşma imzalama aşamaları boyunca da destek sağlamaktadır.

-Fuarlar, seminerler, konferans gibi etkinliklere katılmak; özellikle ihracatı hedefleyen işletmelerin sıkça başvurdukları yöntemlerden birisidir. Bu etkinliklerde hedeflenen ise, katılımcı ve/veya ziyaretçi olarak etkinlikte yer alan ve benzer çalışma konularına sahip firmalarla tanışabilmektir. BSN Anatolia tarafından düzenlenecek ya da katılım sağlanacak bu tür organizasyonlarda, firmaların yurtdışı ve yurtiçindeki diğer firmalar ile iletişime geçmeleri, olası işbirlikleri için ilk adımın atılmaları için aracı olunması hedeflenmektedir. Özellikle yurtdışında düzenlenen ve daha önceden belirlenmiş temalara yönelik olarak organize edilmiş

fuar ve yüz yüze görüşmelerde firmalar temsil edilmekte olup; firmalar için yapılan danışmanlık ve etkinliklerde temsil ve destek konularında ücret talep edilmemektedir.

BSN Anatolia ile ilgili daha detaylı bilgiye <http://www.bsn-anatolia.org.tr/> adresinden ulaşabilirsiniz.

2.1.f. Ticarileştirme Destekleri

AR-GE faaliyetleri sonucunda ortaya çıkardığım ürün/hizmet prototipini ticarileştirmek istiyorum. Bu konuda ne tür desteklerden faydalanabilirim?

-İlk olarak, 2006 yılında Sabancı Üniversitesi tarafından kurulan ve Türkiye'nin ilk teknoloji ticarileştirme şirketi olan Inovent'ten faydalanabilirsiniz. Inovent'in çalışmaları arasında; fikir eserlerinin keşfedilmesi ve değerlendirilmesi, mülkiyet haklarına dair stratejik rehberlik sağlanması ve bunların korunmasına yardımcı olma, uygun ticarileştirme modellerinin seçilmesi ve uygulanması, yatırım bulma, iş planı geliştirme, portföy şirketleri için iş geliştirme işlevlerinin yürütülmesi ve teknolojilerin ticarileştirilmesi için danışmanlık sağlanması hizmetleri vardır. Inovent; start-up technology firmalarının fikirlerini ticarileştirme sürecine

destek vermektedir. Bu süreç genelinde, bütünlüklü bir yaklaşım sergilemektedir. Bu süreci; uygun fikri mülkiyet hakları bulmaktan, işleri geliştirmeye ve bunlardan değer sağlamaya ya da bu işi üstlenecek uygun ticari ortaklıklar kurmaya kadar takip etmektedir. Inovent hakkında daha detaylı bilgiye <http://www.inovent.com.tr/> adresinden ulaşabilirsiniz.

-İkinci olarak; bilimsel araştırmalar neticesinde ortaya çıkan buluş ve yenilikçi ürünlerinizi ticarileştirme sürecinde zorluk yaşıyorsanız, bu konuda “Teknoloji Transfer Ofisleri”ne başvurabilirsiniz. Teknoloji Transfer Ofislerinin en öncelikli amaçları arasında; akademik bilginin, sadece “bilimsel yayın” ile kısıtlı kalmaması ve “ticari değer” kazanması yer almaktadır. “Üniversitelerde Teknoloji Transferi”, bilimsel araştırmalar neticesinde ortaya çıkan buluş ve yenilikçi ürünlerin ticarileşme sürecini baştan sona kapsayan destek hizmetleri bütünüdür.

Bu süreç temelde şu aşamalardan oluşur:

1)Buluşun/yenilikçi ürünün tespiti ve değerlendirmesi
(Diagnostics & Evaluation)

2)Buluşun/ürünün koruma altına alınması (Protection)

3)Buluş sahibi ile ticarileşme planı yapılması
(Commercialization Strategy)

4)Ticarileşme: Spin off firma, lisanslama, tümüyle devir
(Commercialization)

5) Gelir Paylaşımı: Üniversite, buluş sahibi, aracı kurumlar
(Revenue Sharing)

Konuya ilişkin daha detaylı bilgi için <http://metutech-tto.org/>
internet adresini ziyaret edebilirsiniz.

-Son olarak; "İnventram" şirketinden bahsetmeliyiz. İnvetram; fikri mülkiyet hakları yönetimi, yatırımı ve ticareti konularında faaliyet gösteren bir şirkettir. Hedefi, buluşcu ve girişimcilerden gelen yenilikçi fikir ve projeleri ticarileştirmektir. İnvetram, bir Koç Holding ve Koç Üniversitesi ortaklığıdır. Şirket aşağıdaki ana yetkinlikleriyle fikir ve projelerine destek vermektedir:

- Fikri Mülkiyet Hakları Koruma ve Yönetimi,
- İnovasyon ve Teknoloji Ticarileştirme,
- Başlangıç ve Erken Aşama Destekleri,

- Buluşcular ve Girişimcilere Yönelik Çözüm Ortaklığı,
- Şirket ve Kurumsal Ortaklık Geliştirme,
- ARGE Projeleri Değerlendirme ve Proje Portföyü Yönetimi,
- Fonlar ile ARGE Faaliyetlerini Buluşturma,
- Finansal Destek,
- Yönetim Destek,
- Hukuk Desteği,
- Fizibilite ve Pazar Araştırması,
- Şirket Değerleme,
- Pazara Gidiş Modellemesi ve Satış...

www.inventram.com internet sitesinden İntentram hakkında daha detaylı bilgiye ulaşabilirsiniz.

2.1.g. Personel

Şirketimin teknoloji düzeyini yükseltmek, ürün kalitesini artırmak ve yeni ürün geliştirerek rekabet gücümü artırmak için nitelikli elemana ihtiyacım var. Bu konuda bir devlet desteği mevcut mu?

Evet, bunun için KOSGEB tarafından uygulanan “Nitelikli Eleman Desteği”ne başvurabilirsiniz. Belirtilen limitler dâhilinde, bu süre içerisinde, işin gereği olarak birden fazla nitelikli eleman çalıştırılabilir. Ancak, KOSGEB desteği; desteğin üst limiti tamamlandığı tarihte, bu süreye bakılmaksızın, sona erer. İki yıllık Meslek Yüksek Okulu mezunları, normal yöre ve gelişmiş yörelerde bu destekten yararlanamayacaktır. Bu destek sayesinde, firmanızdaki kalifiye eleman sayısı artacak ve bununla birlikte; pazarlama, satın alma, üretim süreçlerini güçlendirebileceksiniz.

Bu destek kapsamındaki oranlar ve üst limitler aşağıdaki gibidir:

a) İşletme/işletici kuruluş ve KOSGEB ile yürütölen proje başına toplam: 20.000 (yirmi bin) TL;

Fakölte ve dört yıllık yüksekökol mezunları için, tüm yörelerde aylık üst limit: 1.500 (bin beş yüz) TL;

Destek oranı 1. ve 2. Bölgelerde: %50; 3. ve 4. bölgelerde: %60’tır.

KOSGEB tarafından sunulan nitelikli eleman desteğine ilişkin detaylı bilgilere <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=7> adresinden ulaşabilirsiniz.

2.1.h. Rekabet

Sektöre yeni giren küçük ölçekli bir firmayım. Sektörde yerleşik orta ve büyük ölçekli firmaların pazarda monopol, oligopol kuran faaliyetlerinden ve /veya anlaşmalarından zarar görüyorum. Bu konuda ne yapabilirim?

Bu konuda Rekabet Kurumu'na başvurabilirsiniz. Eğer rakipleriniz; mal ve hizmet piyasalarında rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamalarda bulunmakta ise ve piyasaya hakim olan rakipleriniz; bu hakimiyetlerini kötüye kullanmakta ise, Rekabet Kurumu bu konuda rakiplerinize yaptırımında bulunabilecektir.

Rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamalar; yatay (aynı sektördeki firmalar arası anlaşmalar) ve dikey (hammadde tedarikçisi veya dağıtıcıları içeren anlaşmalar) olabilir. Bu tür anlaşmalar genellikle; fiyat tespiti, pazar (müşteri ve coğrafi bölge) paylaşımı ile satış veya üretim miktarı kontrolüne ilişkin olabilmektedir.

Bunun yanı sıra, pazara hâkim durumdaki rakipleriniz tarafından, sizin sektöre girmenize doğrudan veya dolaylı olarak engel olma ya da piyasadaki faaliyetlerinizi zorlaştırma amaçlayan eylemleri; kötüye kullanma olarak değerlendirilmekte ve yasaklanmaktadır. Ayrıca; pazarın size kapatılması sonucunu doğuracak; “müşteriler arası ayrımcılık”, “bağlı ürün satışı”, “mal arzının reddi” gibi davranışlar da yasaklanmıştır.

Bununla birlikte, sektörünüzde yaşanan ve sizin rekabet gücünüzü olumsuz yönde etkileyen bazı birleşme veya devralmalarla ilgili olarak da Rekabet Kurumu’na başvurma imkânınız vardır. Böylece, bu işlemleri geciktirme ve/veya engelleyebilirsiniz. Devralma ve birleşme gerçekleştiren rakipleriniz; ülkenin tamamında veya bir bölümünde yer alan ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının piyasanın % 25’ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının 25 milyon TL’yi aşması halinde, Rekabet Kurulu’ndan izin almaları zorunludur. İzin almadan böyle bir işlem yapmaları kanuna aykırıdır.

Rekabet Kurumu başvuru rehberine

<http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=basvururehberi>

adresinden ulaşabilirsiniz.

Yurtdışından gelen ucuz mallar nedeniyle haksız rekabete uğruyorum. Bu konuda devletten ne tür destek alabilirim?

Özellikle Uzakdoğu menşeli bazı ürün ve hizmetler, girişimcilerimizin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Belirli koşulların karşılanması durumunda, yurtdışı rakiplerinizin yarattığı haksız rekabeti bertaraf edebilirsiniz. Bu konuda iki yol izleyebilirsiniz.

-İlk olarak; şayet yabancı rakip firma, Türkiye'ye mal/hizmeti kendi ülkesindeki satış fiyatından daha düşük fiyatla gönderiyorsa, "damping" yaptığından bahsedebiliriz. Dampinge karşı Dış Ticaret Müsteşarlığı/İthalat Genel Müdürlüğü tarafından, bu haksız rekabeti ortadan kaldıracak önlemler alınabilmektedir. Bu önlem genellikle yabancı firmanın kendi ülkesinde veya başka bir ülkeye ihracatında uyguladığı fiyatla, Türkiye'ye ihracatta uyguladığı fiyat arasındaki fark kadar ekstra vergi koymak şeklinde olmaktadır.

-İkinci olarak; bir ürünün hızla artan ithalatını ve bunun sonucunda yerli sanayinin zarar görmesini engellemek amacıyla yine Dış Ticaret Müsteşarlığı/İthalat Genel Müdürlüğü tarafından "Korunma Önlemi"

uygulanabilmektedir. Bunun için yine başvuruda bulunup, rakip yabancı firmaların yarattığı haksız rekabeti ortadan kaldırabilirsiniz.

İthalatta haksız rekabete ilişkin devlet destekleri konusunda ayrıntılı bilgilere

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detaymvzt& yayinID=584&icerikID=686&dil=TR> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

Ürettiğim ürün ve sağladığım hizmetler için devletten çok az destek alıyorum. Ama rakibim olan ve Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı firmalar kendi devletlerinden çok daha fazlasını alıp haksız rekabet yaratıyor ve firmama zarar veriyorlar. Bu konuda ne yapabilirim?

Diğer ülke devletlerinin kendi firmalarına verdiği destekler nedeniyle zarar görüyorsanız, Dış Ticaret Müsteşarlığı/İthalat Genel Müdürlüğü’ne başvurabilirsiniz. Belirli koşulların karşılanması durumunda, bu desteklere karşı, önlem alınmasını isteyebilirsiniz. İthalat Genel Müdürlüğü yapacağı soruşturma neticesinde; bu desteklerin firmaya/sektöre veya bölgeye özel verildiğini tespit eder ve bundan sizin zarar gördüğünüzü ortaya koyarsa, bu yabancı firmalara karşı

“Telafi Edici Vergi” uygular. Bu vergi genellikle, yabancı devlet tarafından verilen desteklerin etkisini tamamen ortadan kaldıracak seviyede gerçekleşir. Konuya ilişkin daha detaylı bilgilere şu internet adresinden ulaşabilirsiniz:

http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ITH/DampingSubvansiyonDb/mevzuat/huaksiz/2008/Uygulama_Usul_Esaslari.pdf

2.1.i. Fiyatlandırma

Ürettiğim ürünlerin ulusal ve uluslararası piyasalardaki ortalama fiyatlarına ilişkin bilgilere ücretsiz ulaşabileceğim bir program var mı?

Evet, var.

-Ürettiğiniz ürünlerin Türkiye’deki aylık bazda ortalama fiyatlarına Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) web sitesinden ulaşabilirsiniz. TÜİK tarafından, bazı ürünlerin (özellikle tarımsal ürünlerin) fiyatları aylık bazda takip edilip, yayınlanmaktadır. Bu veritabanına şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.tuik.gov.tr/tarimsalfiyatapp/tarimsalfiyat.zul>

-İkinci olarak, ürettiğiniz ve/veya ihraç ettiğiniz ürünlerin ortalama uluslararası fiyatlarına Avrupa Birliği ve ABD’nin hazırladığı veritabanlarından ulaşabilirsiniz.

Avrupa Birliği veritabanı için

http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/statistical_form.htm internet adresinden ürettiğiniz ve/veya ihraç ettiğiniz ürünün GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunu) girip hem “value” (değer) hem de “quantity” (miktar) için sorgu yaptıktan sonra, değeri miktara böldüğünüzde, ortalama ihraç/ithal fiyatına ulaşabilirsiniz.

ABD tarafından hazırlanan ve ABD'nin ihraç ve ithal ettiği ürünlerin ortalama fiyatlarını ortaya koyan veritabanına; http://dataweb.usitc.gov/scripts/user_set.asp internet adresinden ulaşabilirsiniz. Burada da yine ürettiğiniz ve/veya ihraç ettiğiniz ürünün GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunu) girip hem “value” (değer) hem de “quantity” (miktar) için sorgu yaptıktan sonra değer miktara böldüğünüzde ortalama ihraç/ithal fiyatına ulaşabilirsiniz.

Bu verilerin kullanımında dikkatli olmanızı tavsiye ediyoruz. Bunlar; ortalama veriler olup, sadece fikir vermek amacıyla kullanılabilir. Satacağınız ürünün ortalama bir ürüne kıyasla

artı ve eksisini göz önünde bulundurup, fiyatlandırmanızı bu çerçevede gerçekleştirmenizi öneririz.

2.1.j. Patent, Marka ve Kalite Belgeleri

Firmamın gerçekleştirdiği çalışmalar neticesinde ortaya çıkan buluş ve tasarımlar için patent belgesi, faydalı model belgesi ve diğer gerekli belgeleri almak istiyorum. Bunun için hangi devlet yardımına başvurabilirim?

-Bu konuda KOSGEB tarafından uygulanmakta olan, “Sınai Mülkiyet Hakları Desteği”ne başvurabilirsiniz. Firmanız tarafından yapılan çalışmalar neticesinde; patent belgesi, faydalı model belgesi veya endüstriyel tasarım tescili ile sonuçlanan bir buluş veya tasarımın ortaya çıktığını farz edelim. Bu durumda, yurtiçi ve yurtdışından; patent, faydalı model belgesi, endüstriyel tasarım tescili belgesi ve entegre devre topografyaları tescil belgesi almak için yapılan giderlere desteği KOSGEB vermektedir. Bu desteğin unsurları ve üst limitleri şu şekildedir:

- İşletmenin; patent, faydalı model, endüstriyel tasarım tescili, entegre devre topografyaları ve tescil belgelerini almak için yaptığı giderleri kapsar.
- Bu desteğin üst limiti 25.000 (yirmi beş bin) TL'dir.
- Türk Patent Enstitüsü'ne ve/veya yurt dışı muadili kurum/kuruluşlar ile Türk Patent Enstitüsü'nce yetkilendirilmiş patent vekillerine yapılan ödemeler bu destek kapsamındadır.
- Yukarıda sayılan destekleri için destek oranı: %75'tir.

KOSGEB tarafından sunulan "Sinai Mülkiyet Hakları Desteği" ne ilişkin ayrıntılı bilgilere

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6>

adresinden ulaşabilirsiniz.

Ürünlerimi ve hizmetlerimi yerli ve/veya yabancı pazarlarda satabilmek için ve rekabet avantajı elde etmek için; CE işareti, ISO belgesi ve uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgeleri almak istiyorum. Bu belgeleri alabilmem için yararlanabileceğim bir destek var mı?

-Evet, bunun için KOSGEB tarafından uygulanan “Proje Geliştirme Desteği” ne başvurabilirsiniz. KOSGEB; firmanızın ürün kalitesini artırabilmesi, yeni ürün geliştirebilmesi ve uluslararası pazarlarda talep edilen ürün belgelerini temin edebilmesi için bu desteği vermektedir. KOSGEB laboratuvarları dışında belirlenen kriterler çerçevesinde; KOSGEB tarafından uygun bulunan, yurtiçi/yurtdışı kamu veya özel sektör kurum/kuruluş laboratuvarlarına yaptıracağınız test-analiz, kalibrasyon hizmetleri ve CE işaretleme uygunluk değerlendirme faaliyetleri kapsamındaki; test, analiz ve denetim giderlerine ve firmanızın TSE/TURKAK'tan alacağı “Yönetim Sistem Belgeleri” giderlerine önemli ölçüde destek verilmektedir.

Bu destek için oranlar ve üst limitler aşağıdaki gibidir:

- İşletmenin; oluşturduğu proje kapsamında, kamu kurum/kuruluşları veya üniversitelerce kurulmuş laboratuvarlardan alacağı; test, analiz, kontrol, muayene ve kalibrasyon hizmetleri ile yurt içi ve yurt dışı laboratuvarlarda akredite olunan test, analiz ve kalibrasyon hizmet giderleri ile ürün belgelendirme giderlerini kapsar.

- KOSGEB Laboratuvarlarında yaptırılan test ve analiz hizmetleri destek kapsamı dışındadır.
- Bu desteğin üst limiti 25.000 (yirmi beş bin) TL'dir.
- Destekleme oranı yöre farkı gözetilmeksizin %75'tir.

KOSGEB tarafından sunulan "Proje Geliştirme Desteği"ne ilişkin daha detaylı bilgilere

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UII/Destekler.aspx?ref=6> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

-Bunun yanı sıra, Dış Ticaret Müsteşarlığı da bu konuda destek verilmektedir. Türkiye'de ticari ve sinai faaliyette bulunan şirketler ile yazılım şirketlerinin;

- ISO 9000 Serisi Belgeleri,
- ISO 14000 Serisi Belgeleri,
- CE İşareti,
- Uluslararası Nitelikteki Diğer Kalite ve Çevre Belgeleri,
- ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetimi Sistemi Belgeleri,

- Tarım Ürünlerine İlişkin Belgelendirme İşlemleri ve Olumlu Sonuçlanmak Kaydıyla Laboratuar Analiz Raporları

alımında yapacakları belgelendirme masraflarının %50'si devlet tarafından desteklenmektedir. Bunun için başvuru mercii "İhracatçı Birlikleri" dir. Konuya ilişkin detaylı bilgilere <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi" başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

Yurtiçinde tescil ettirdiğim markamı, yurtdışında da tescil ettirmek ve korunmasını sağlamak istiyorum. Bundan doğacak masrafları karşılayacak bir destek programı var mıdır?

Evet, şirketinizin yurtiçi marka tescil belgesine sahip olduğu markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderlerinin % 50'si "Dış Ticaret Müsteşarlığı" nca desteklenmektedir. Bu konuda azami destek miktarı yıllık bazda en fazla 20.000 ABD Dolarıdır.

Konuya ilişkin detaylı bilgilere

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan “2010/6 Sayılı Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile Uygulama Usul ve Esasları” başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

2.1.k. Yurt İçi Tanıtım ve Pazarlama

Şirketimin ürün ve hizmetlerini yurt içindeki müşterilere tanıtabilmem için yararlanabileceğim ne tür fırsatlar var?

Bu konuda; KOSGEB’in sunduğu “Genel Destek Programı” ve “AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı”ndan faydalanabilirsiniz.

“Yurtiçi Sanayi Fuarlarına Katılım Desteği” şu iki ana başlıktan oluşmaktadır: 1- Yurtiçi Sanayi İhtisas Fuarları ve 2- Yurtiçi Genel Sanayi Fuarları olmak üzere. “Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği” web sayfasında yayımlanan fuar takviminde yer alan ve fuar düzenleyicileri (Organizatör Kuruluşlar) tarafından başvuruda bulunulan fuarlar içerisinde; konusu, türü, ürün ve ürün grupları bazında KOSGEB hedef kitlesi

olan KOBİ'lerin faaliyet alanları ile örtüşen birçok fuar, KOSGEB tarafından destek kapsamına alınmaktadır.

Bu destek, katılım sağlanacak fuarlarda; boş alan (yer) kirası, stand konstrüksiyonu ve dekorasyonu, fuar katılımcı kataloğu ve fuar alanının genel düzenlemesi ile ilgili; hostes, genel tanıtım, genel güvenlik, genel temizlik ile gerekli olabilecek diğer hizmet giderlerini kapsar.

- Destek üst limiti: Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarlarında 120 (yüz yirmi) TL/m², Yurt İçi İhtisas Fuarları ve İzmir Enternasyonal Fuarı'nda 80 (seksen) TL/m² dir.
- Destekleme alanı her bir fuar katılımı için, işletme başına, azami 50 (elli) m² dir.
- Makine, mobilya, mermer gibi büyük ürün sergileme alanına ihtiyaç duyulan işkollarında gerçekleştirilecek fuarlarda; işletme başına azami destek alanı, Başkanlık tarafından 100 (yüz) m²'ye kadar artırılabilir.
- Program süresince desteğin üst limiti 30.000 (otuz bin) TL'dir.

KOSGEB tarafından sunulan bu desteklere ilişkin daha detaylı bilgilere <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=7> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

2.1.1. Yerel ve Uluslararası İhalelere Katılmak ve Müşteri Bulmak

Ürettiğim mal ve hizmete yönelik potansiyel müşteriler arıyorum. Bu konuda özellikle takip edebileceğim güncel siteler var mı?

-İlk olarak, Türkiye'de Avrupa Birliği tarafından finanse edilen programlar çerçevesinde gerçekleştirilen ihaleleri takip edebilirsiniz. Böylece; hizmet, mal, iş ve hibelere yönelik ihaleler kapsamında ihtiyaç duyulan mal/hizmeti tedarik ederek satışlarınızı arttırabilirsiniz. Bu konuda açılan ihaleler hakkında bilgiye, Merkezi Finans ve İhale Birimi'nin www.cfcu.gov.tr internet adresinden ulaşabilirsiniz.

-İkinci olarak, diğer ülkelerde açılan uluslararası ihaleleri, "Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri"nin <http://www.oaib.gov.tr/fuarlar/fuarihale.aspx> web sitesinden takip edebilirsiniz.

-Üçüncü olarak, ürettiğiniz ürün/hizmetin uluslararası potansiyel alıcılarının iletişim bilgilerine “İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi”nin www.igeme.gov.tr internet adresinden ulaşabilirsiniz.

2.1.m. Danışmanlık

Firmamın personelinin; kalite, verimlilik, yönetim teknikleri, tasarım, uluslararası pazarlama vb. ile dış ticaret işlemleri konusundaki bilgi birikimlerini arttırmak için bir eğitim programına katılmasını sağlamak ve bu konularda danışmanlık hizmeti satın almak istiyorum. Buna ilişkin bir devlet desteği var mı?

-Türkiye’de sanayi ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile, yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin çalışanlarının; kalite, verimlilik, yönetim teknikleri, tasarım, uluslararası pazarlama gibi dış ticaret işlemleri konusundaki eğitim giderlerinin %70-90’ı; ve şirketlerin bu konularda alacakları danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin de %70’i devlet tarafından karşılanabilmektedir.

Bunun için “İGEME” ve “İhracatçı Birlikleri”ne başvurabilirsiniz. Konuya ilişkin detaylı bilgilere <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan “2010/8 sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

-Ayrıca, KOSGEB tarafından da eğitim ve danışmanlık desteği verilmektedir. Öncelikle; eğitim konusunda KOSGEB tarafından sağlanan iki program bulunmaktadır. Bunlardan ilki KOSGEB “Genel Destek Programı” altında “Eğitim Desteği”dir. Yurt içi ve yurt dışı pazarlarda rekabet edebilir düzeye gelmek amacındaysanız ve planlama, yatırım, modernizasyon, teknolojik araştırma geliştirme, teknoloji adaptasyonu, üretim, pazarlama, finansman, enformasyon, yönetim, mevzuat, girişimcilik gibi konulardaki birikiminizi arttırmak istiyorsanız; “Genel Eğitim Desteği” kapsamında destek alabilirsiniz. İşletmelerin; “Genel Yönetim, Pazarlama Yönetimi, Üretim Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Mali İşler ve Finansman Yönetimi, Dış Ticaret ve Uluslararası Mevzuat, Bilgisayar ve Bilgi Teknolojileri, Enerji Teknolojileri, Yeni Teknik ve Teknolojiler, Yenilik, Mesleki ve Teknik Eğitim, CE İşareti, Ürün Belgelendirme ve Çevre” konu

başlıklarında, genel katılıma açık veya işletme içi eğitim katılımlarına destek verilir.

Eğitim hizmeti alınabilecek kuruluşlar şunlardır: Üniversiteler, üniversitelerin işletmelere yönelik eğitim hizmeti vermek amacıyla kurulmuş birimleri, kuruluş kanunlarında eğitim hizmeti vermek görevi olan kamu kurum/kuruluşları ve eğitim hizmeti vermek amacıyla kurulmuş birimleri; 5580 Sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu kapsamında kurum açma iznine sahip, alanında program onayı olan özel eğitim kuruluşları, vakıf ve dernekler ile Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite edilen personel belgelendirme kuruluşlarıdır.

Her bir konu başlığı altında alınan her bir eğitim için bir işletmeye sağlanacak desteğin üst limiti 1.000 (bin) TL'ni aşamaz. Program süresince; bir konu başlığı altında alınan eğitimler için verilen toplam destek üst limiti 4.000 (dört bin) TL'dir. Program süresince desteğin üst limiti 10.000 (on bin) TL'dir.

Ayrıca destek kapsamındaki danışmanlık konu başlıkları ve içerikleri aşağıda verilmiştir:

- a) Genel Yönetim: Yönetim Modelleri, Stratejik Planlama, Kurumsallaşma, Zaman Yönetimi, Değişim Yönetimi, Kıyaslama (Benchmarking), Yeniden Yapılanma, Proje Yönetimi konuları.
- b) AB ve Diğer Uluslararası Kaynaklardan Yararlanmak Üzere Proje Hazırlama: Avrupa Birliği, Dünya Bankası ve diğer uluslararası fonlardan yararlanmak üzere proje hazırlama konuları.
- c) İş Planı Hazırlama: İş Kurma ve Geliştirme konuları.
- ç) Yatırım: Fizibilite, Yatırım Değerlendirmesi, Yatırım Analizleri konuları.
- d) Pazarlama: Pazarlama Yönetimi, Pazarlama Stratejisi, Satış Organizasyonu, Satış Yönetimi, Kurum İmajı/Halkla İlişkiler, Müşteri İlişkileri, Pazar Araştırması, Dağıtım, Fiyatlandırma konuları.
- e) Üretim: Üretim Yönetim Sistemi, Malzeme Yönetimi, Verimlilik İyileştirme, Yalın Üretim, Yerleşim Planlama, Üretim Planlama, Planlı Bakım, Otomasyon, Stok Yönetimi, Teknik Konular.
- f) İnsan Kaynakları: İşgücü Planlama, Kariyer Planlaması, Personel Edinimi, Personel Politikaları, Performans Değerlendirme, İş Sağlığı ve Güvenliği,

Örgütsel Yapı, Eğitim Yönetimi, Motivasyon, Kurumsal Kimlik konuları.

g) Mali İşler ve Finans: Ekonomik Planlama ve Kontrol, Muhasebe-Denetim Sistemi, Finansal Planlama, Maliyet Etütleri, Ekonomik Analizler, Vergi ve Fon Yönetimi, Enflasyon Muhasebesi konuları.

ğ) Dış Ticaret: Dış Ticaret Mevzuatı, Uluslararası Ödeme Şekilleri, İhracat hazırlık, Uluslar arası teslim şekilleri, İhracat/İthalat İşlemleri konuları.

h) Bilgisayar ve Bilgi Teknolojileri: İnternet Tabanlı Sistem Geliştirme, Kurumsal Bilgi Teknolojisi Stratejileri Belirleme, Yönetim Bilgi sistemleri (MIS), E-Ticaret ve İnternet Stratejileri Belirleme, CRM-Müşteri İlişkileri Yönetim Sistemi Geliştirme, ERP, MRP konuları.

ı) Enerji Teknolojileri: Yeni Enerji Teknolojisi, Yeni Enerji Üretim Tekniklerinin İşletmelere Uyarlanması, Yenilenebilir Enerji konuları.

i) Yeni Teknik ve Teknolojiler: Yeni Teknoloji Adaptasyonu, Ürün Geliştirme, Yeni Üretim Tekniklerinin İşletmelere Uyarlanması, Yeni Teknoloji Kurulması, Ar-Ge konuları.

j) CE Kapsamındaki Ürün Tasarımı Belgelendirmesi ve CE Belgesine Uygun Üretim: CE İşaretlemesine yönelik danışmanlık konuları.

k) Çevre: İklim Değişikliği, Çevrenin Korunması, Çevre Dostu Ürün ve Üretim, Çevre Mevzuatı Kapsamındaki konular.

Eğer yukarıda belirtilen konularda danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyuyorsanız; her bir konu başlığı için alınacak danışmanlık hizmeti süresi en az 20 adam-gün olup, destek miktarı 4.000 (dört bin) TL'ni geçemez. Program süresince desteğin üst limiti 15.000 (on beş bin) TL'dir.

KOSGEB tarafından sunulan eğitim ve danışmanlık konularındaki desteklere

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=7> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

2.2. BÜYÜME DESTEKLERİ

Bu bölümde, girişiminizi büyütme amacıyla destek ararken aklınıza takılabileceğini düşündüğümüz soruları ve bunların

cevaplarını vermeyi amaçladık. Aşağıda, büyüme destekleri ile ilgili bazı sorular ve bunların cevaplarını bulacaksınız.

2.2.a. Büyüme için Finansman

Şirketimi büyütmek için finansmana ihtiyacım var. Özkaynaklarımı ve eş dosttan sağladığım finansmanı tükettim. Şirketimin şu anki değeri yüksek olmadığı için ortak alıp hisse payımı “dilute” etmek istemiyorum. Ama, teminat gösteremediğim için, bankalardan da kredi temin edemiyorum. Bu durumda ne yapabilirim?

Bu konuda, “Kredi Garanti Fonu”(KGF) A.Ş.’ne başvurabilirsiniz. TOBB ve KOSGEB’in büyük hissedar olduğu KGF; KOBİ’lere, kredi piyasalarında ihtiyaç duyduğu teminatı sağlamak, yeni KOBİ kuruluşlarını cesaretlendirmek ve çoğaltmak amacıyla kurulmuştur.

KGF; teminat bulamadığı için bankalardan ve diğer finans kurumlarından kredi kullanamayan girişimciler lehine, “Müşterek Borçlu” ve “Müteselsil Kefil” sıfatıyla kefalet vermektedir. Bunun için girişimcilerde aranan özellikler şöyledir:

- İflas ve tasfiye sürecinde olmamak,
- Yüz kızartıcı suçlardan dolayı, hakkında takibat olmamak,
- Vergi ve SSK borçlarından dolayı takibat sürecinde olmamak,
- Finans Kurumları tarafından, haklarında takibat bulunmamak.

KGF'nun belirlediği kefalet üst limiti KOBİ'ler için 1.000.000 TL, bu KOBİ'nin doğrudan ya da dolaylı olarak risk grubu oluşturduğu işletmeler için ise 1.500.000 TL'dir. KGF, bu teminat karşılığında değişen oranlarda komisyon almaktadır. KGF ve sunduğu imkânlar hakkında daha detaylı bilgilere <http://www.kgf.com.tr/> adresinden ulaşabilirsiniz.

Devlet Bankaları tarafından, banka kredilerinde maruz kalacağım faiz oranını düşüren bir uygulama söz konusu mu?

Evet, girişimciler için; özellikle bazı devlet kurumları ile uluslararası bazı kuruluşların desteği ile verilen, uygun faizli kredi imkânları bulunmaktadır.

-Halkbank tarafından uygulanmakta olan “Dünya Bankası KOBİ Kredisi” kapsamında, girişimcilere; 2.5 milyon Euro’ya kadar, uygun faiz oranları ile kredi imkanları sunulmaktadır. Yine Halkbank tarafından, “Avrupa Kalkınma Bankası ile Fransız Kalkınma Ajansı KOBİ Kredileri” uygun imkânlarla sunulmaktadır. Halkbank ile Dünya Bankası, Avrupa Kalkınma Bankası ve Fransız Kalkınma Ajansı işbirliğinde sunulan finansman imkânlarına ilişkin detaylı bilgilere <http://www.halkbank.com.tr/channels/1.asp?id=953> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

-Bunun yanı sıra, projesi için Hazine Müsteşarlığı’ndan yatırım teşvik belgesi alan girişimcilerimizin temin edecekleri banka kredilerinde uygulanacak faiz oranının bir bölümü, devlet tarafından karşılanmaktadır. Konuyla ilgili ayrıntılı bilgiye şu adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.hazine.gov.tr/irj/go/km/docs/documents/Hazine%20Web/Mevzuat/Yat%C4%B1r%C4%B1m%20Te%C5%9Fvik%20Mevzuat%C4%B1/Yeni%20Te%C5%9Fvik%20Sistemine%20C4%B0li%C5%9Fkin%20Mevzuat/YATIRIMLARDA%20DEVLET%20YARDIMLARI%20HAKKINDA%20KARAR.pdf>

Şirketimin daha hızlı büyüebilmesi için finansman sağlayacak ve şirketime ortak olacak kişi veya kuruluşlar arıyorum. Ancak yönetimin elimde bulunmasını ve bu

kişilerin pasif yatırımcı olmasını istiyorum. Bu konuda ne yapabilirim?

Bu konuda KOBİ A.Ş.'ne başvurabilirsiniz. Halkbank, KOSGEB ve TOBB'nin büyük hissedar olduğu KOBİ A.Ş.; yüksek büyüme potansiyeline sahip yeni pazarlar, yeni teknoloji veya ürün, yeni bir üretim şekli ya da hizmet biçimi tasarlayan vizyon sahibi girişimcilere ve pazarda rekabetçi avantaja sahip olmasında rağmen, kapasite ve finansman sıkıntısı çeken KOBİ'lere finansman sağlamayı, kendine misyon edinmiştir.

KOBİ A.Ş. aşağıdaki özelliklere sahip şirketlere ortak olmayı hedeflemektedir:

- KOBİ ölçeğinde olan (250 kişiden az personeli olan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 25 Milyon TL'ni aşmayan) firmalar,
- Şu anda kısmi borcu olsa bile, gelecek dönem nakit akışında iyi bir gelir beklentisi olan firmalar,
- 500 bin ABD Doları ile 5 Milyon ABD Doları arasında finansman ihtiyacı olan firmalar,

- Teknolojik farklılıklar yaratarak pazarda rekabet avantajı sağlayan veya gelişme potansiyeli olan ürün/hizmet portföyü sunabilen firmalar,
- Teknik ayrıntılara hakim, pazar ve müşteriler hakkında bilgi sahibi, işletmecilik bilgisi olan, dürüst girişimcilerin sahip olduğu firmalar,
- Ortaklıktan sonraki 3-5 yıl içerisinde yatırımdan çıkılabileceğine inanılan firmalar.

KOBİ A.Ş. hakkında detaylı bilgilere <http://www.kobias.com.tr/> web adresinden ulaşabilirsiniz.

Şirketime ortak olacak ve yönetime katılacak konusunda uzman profesyonel kişi veya kuruluşlar arıyorum. Ülkemizde bu yönde yatırımcı var mı?

Bu konuda “risk sermayesi” (venture capital) veya “girişim sermayesi” (private equity) şirketlerine başvurabilirsiniz.

Risk sermayesi şirketleri genellikle, fikir aşamasında olan veya başlangıç aşamasındaki şirketlere yatırım yaparlar. Ülkemizde bu kapsamda yatırım yapma potansiyeli olan başlıca şirketler ve bu şirketlerle ilgili detaylı bilgi alabileceğiniz web sitelerini aşağıdaki tabloda bulabilirsiniz.

EMBRIO	www.hitay.com
Embryonix	http://embryonix.ieu.edu.tr/ http://embryonix.blogspot.com/
E-TOHUM	www.etohum.com
Golden Horn	www.goldenhornventures.com
Gulf Finance House	www.gfhi.com
İs Risk Sermayesi	www.isgirisim.com.tr/
Istanbul Venture Capital Initiative (iVCi)	www.ivci.com.tr
LAB X	www.lab-x.org
Siemens Venture Capital	https://finance.siemens.com/financialservices/venturecapital/Pages/Venture_Capital.aspx
212 Venture Capital	http://212vc.com/start/
Big Bang Ventures	http://www.bbvo.be/en/
Galata Business Angels	http://www.galatabusinessangels.org/
Esas Holding	www.esas.com.tr
Young Turk Ventures	http://www.youngturkvc.com/
Vakıf Risk Sermayesi	www.vakifgirisim.com.tr

Öte yandan girişim sermayesi şirketleri, genellikle daha ileri aşamalardaki şirketlere büyüme stratejisinin bir parçası olarak yatırım yaparlar. Risk sermaye şirketlerinin aksine 5-10 yıllık iyi bir geçmişi olan şirketleri hedeflerler. Ülkemizde girişim sermayesi yatırımı yapabilecek potansiyele sahip şirketleri ve bu şirketlere ilişkin detaylı verilere ulaşabileceğiniz web sitelerini aşağıdaki tabloda görebilirsiniz.

3 Seas Capital Partners	www.3seas-cp.com
Advent	www.adventinternational.com
Antika Partners (Actera Group)	www.antikapartners.com
Bancroft Private Equity	www.bancroftgroup.com
Carlyle	www.carlyle.com
CFK & PARTNERS	www.cfkalkaarz.com
CREDIT SUISSE	https://www.credit-suisse.com/us/private_equity/en/
DELTA PARTNERS	www.deltapartnersgroup.com
EBRD	www.ebrd.com
Eurasia Capital Partners	www.eurasiacm.com
FMO	www.fmo.nl
GEM	www.gems.com.hk
Great Circle Capital	http://www.greatcirclecapital.com/
Gulf Finance House	www.gfh.com
Ilab	http://www.ilab.com.tr/

KPMG	www.kpmg.com.tr
Le Venture	www.leventure.com
Life Science Partners (LSP)	www.lsp.nl
MELAK INVESTMENTS	www.melakinvestments.com/
National Bank of Kuwait Capital	www.nbkcapital.com/
Ottoman Fund	www.theottomanfund.com/

Pound Capital Inv.	www.poundcapital.com
Probel Capital Management	www.probel.be/home.asp
Providence Equity Partners	www.provequity.com
REFORM KURUMSAL	www.reformkurumsal.com
Standard Ünlü	www.standardunlu.com.tr
Teknoloji Yatırım	www.teknolojiyatirim.com.tr
Texas Pacific Group	www.tpg.com
The Int. Investor KCSC	www.tii.com
TURKVEN	http://www.turkven.com/

Girişim ve risk sermayesi konusunda destek alabileceğim başka ne tür mekanizmalar var?

Bu konuda, “Sanayi ve Ticaret Bakanlığı” desteklerinden de faydalanabilirsiniz. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan “Teknogirişim Sermayesi Desteği”; örgün öğrenim veren üniversitelerin herhangi bir lisans programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci, yüksek lisans veya doktora öğrencisi ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5

yıl önce almış kişilerin; teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerini, desteği veren merkezi yönetim kapsamındaki kamu idareleri tarafından desteklenmesi uygun bulunan bir iş planı çerçevesinde, katma değer ve nitelikli istihdam yaratma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmelerini teşvik etmek için düzenlenmiştir.

Desteklenmesine karar verilen iş fikirlerinin giderleri için 100.000 TL'na kadar ve geri ödemesiz destek sunulmakta olup, ayrıntılı bilgi için

<http://sagm.sanayi.gov.tr/ServiceDetails.aspx?dataID=217> adresini ziyaret edebilirsiniz.

Sirketim belli bir ciroya ulaşmış durumda ve çok fazla ek finansmana ihtiyacım yok. Fakat şirketimi uzun vadede, sağlıklı bir şekilde büyütmek için stratejik bir rehber ihtiyacım var. Kimden yardım alabilirim?

-Endeavor Türkiye'den rehberlik, networking, stratejik danışmanlık ve finans bulma konusunda aracılık gibi hizmetlerden faydalanmak için başvuruda bulunabilirsiniz. Endeavor gelişmekte olan ülkelerde; etkin girişimcileri destekleyerek, ekonomik gelişime katkıda bulunmak amacıyla kurulmuş uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur. Yoğun

bir seçim sürecinden başarıyla geçen girişimciler, “Endeavor Girişimcisi” ünvanını almaya hak kazanıyor. Endeavor Türkiye, 2006 yılından bu yana 20 Endeavor Girişimcisi’ne 1080 saat profesyonel rehberlik ve danışmanlık hizmeti verdi; Endeavor Girişimcileri’nin yönettiği şirketlerin yıllık yüzde 33 büyüme hızına ulaşmasına ve 716 kişiye istihdam yaratılmasına katkı sağladı.

Endeavor Türkiye ve Endeavor Girişimcileri hakkında daha fazla bilgiye <http://www.endeavor.org.tr/tr-TR/anasayfa.aspx> adresinden ulaşabilirsiniz.

-İzmir’de bulunan Embryonix ise 24 mentoru ile yeni iş fikirlerine danışmanlık desteğini ücretsiz olarak veriyor. Eğer fikriniz yeni bir ürün, yeni bir hizmet ise ya da varolan bir ürüne ya da hizmete yeni bir fonksiyon ekliyorsa o zaman Embryonix’den danışmanlık desteği almayı, fikriniz yatırım alana kadar sürdürülebiliyorsunuz. Bununla birlikte Embryonix’de ofis, bilgisayar, internet, server ve temel gider desteği de bulunuyor.

Embriyonix hakkında ayrıntılı bilgiye <http://embryonix.ieu.edu.tr>
<http://embryonix.blogspot.com/>

2.2.b. Avrupa Birliği'ne Açılma

Avrupa Birliği'nin KOBİ'lere yönelik finansal destekleri hakkında bilgi almak, Avrupa Birliği'nde yerleşik bir ortak bulmak ve Avrupa Birliği üyesi bazı ülkelere yönelik ihracat için dış pazar bilgisi toplamak istiyorum. Bu konuda hangi kuruluşa başvurabilirim?

Bu konuda başvurabileceğiniz ilk adres Avrupa Bilgi Merkezleri'dir (ABM). Ülkemizde; Ankara, İstanbul-Avrupa, İstanbul-Asya, Konya, Samsun, Adana, Gaziantep, Bursa, Denizli olmak üzere; 9 adet ABM bulunmaktadır. ABM'leri özellikle, Türkiye'de faaliyet gösteren girişimcilerin ihtiyaç duyduğu AB Fonları, AB'de faaliyet gösteren firmalarla ortaklık ve işbirliği imkânları ve Avrupa Birliği ülkelerine yönelik dış pazar bilgisi ve AB mevzuatı hakkında eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunmaktadır.

Avrupa Bilgi Merkezleri'ne ilişkin daha detaylı bilgilere <http://www.abm.gov.tr/> adresinden ulaşabilirsiniz.

2.2.c. Nakit Yönetimi için Alternatif Stratejiler

Ekonomik krizden ötürü, müşterilerimden zamanında tahsilât yapamıyorum. Tedarikçilerime de nakit sıkıntısı nedeniyle ödeme gerçekleştiremiyorum. Dışarıdan (bir bankadan veya bir ortaklık ilişkisine girerek) finansman dışında başvurabileceğim ne tür mekanizmalar var?

Bu konuda barter işlemlerini de bir seçenek olarak değerlendirebilirsiniz. Barter sistemi özellikle nakit sorunu yaşanan dönemlerde büyümeyi sürdürmek isteyen firmalar için bir çıkış yolu sunmaktadır. Bunun için “Türk Barter” a başvurabilirsiniz. Türk Barter, Ağustos 2001 tarihinde barter sisteminin Türkiye’de uygulanmasına öncülük etmek amacıyla, deneyimlerini birleştiren bir grup girişimci profesyonel iş adamı tarafından kurulmuştur. Türk Barter aralarında; ABD, Kanada, İngiltere, Avustralya, Malezya, Hindistan, Tayland, Kuzey Kore, Japonya, Çin, Meksika, Brezilya, Arjantin, Şili, Yeni Zelanda, Kolombiya, Türkiye, İtalya, Fransa, Belçika, Hollanda, Almanya, Rusya, Macaristan, Avusturya’nın da bulunduğu 30 ülkenin temsil edildiği bir “Ortak Pazar” hüviyetinde olan Dünya Barter Birliği’ne (IRTA) üyedir. Bu sistemde yer alan girişimciler,

nakit sorunu olmaksızın aralarında ticaret yapma ve organik büyüme imkânına kavuşmaktadır. Daha detaylı bilgi için www.turkbarter.com internet adresini ziyaret edebilirsiniz.

2.2.d. Kapasite Artırımı

Ürünlerime yönelik hızla artan talebe yetişebilmek için, yeni makine ve teçhizat almayı planlıyorum. Bu konuda herhangi bir destek var mıdır?

Evet, var. Bu konuda, Hazine Müsteşarlığı'nın yatırım desteklerine başvurabilirsiniz. Hazine Müsteşarlığı, "Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar" çerçevesinde; yatırımın yapıldığı sektör, coğrafi bölge ve yatırım tutarı gibi kriterler temelinde;

- Gümrük vergisi ödemeksizin yurtdışından makine ve teçhizat almanıza,
- Bu makine ve teçhizat yerli veya yurtdışından getirilmiş olmasına hiç bakılmaksızın, KDV ödememenize,
- Yapacağınız bu yatırım için kullandığınız kredilerde % 5'e varan oranlarda faiz desteği almanıza,

- Yeni makine ve ekipmanı kullanmak, işletmek vb. nedenlerle istihdam edeceğiniz personel için üstleneceğiniz sigorta priminin, işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmına kadar destek almanıza,
- Ödeyeceğiniz kurumlar veya gelir vergisinde %90'a varan oranlarda indirimden yararlanmanıza,
- Yeni yatırımlarınız için ücretsiz yatırım yeri temin etmenize imkan sağlamaktadır.

Konuya ilişkin detaylı bilgiye:

<http://www.hazine.gov.tr/irj/portal/anonymous?NavigationTarget=navurl://6b1178a28774a9e25c2d5512cbe23c41> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

Ayrıca, “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar” a, <http://www.hazine.gov.tr/irj/go/km/docs/documents/Hazine%20Web/Mevzuat/Yat%C4%B1r%C4%B1m%20Te%C5%9Fvik%20Mevzuat%C4%B1/Yeni%20Te%C5%9Fvik%20Sistemine%20C4%B0li%C5%9Fkin%20Mevzuat/YATIRIMLARDA%20DEVLET%20YARDIMLARI%20HAKKINDA%20KARAR.pdf> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

2.3. YURTDIŞINA AÇILMAK VE İHRACAT

Önceki bölümlerde olduğu gibi, bu bölümde de, yurtdışına açılmak ve ihracat konusuyla ilgili, akla gelebilecek sorular ve cevapları yer alacaktır.

2.3.a. Bilgi Toplama

İhracat yapmak tabi ki arzuladığımız bir şey. Ancak ürettiğimiz ürünün, sağladığımız hizmetin hangi ülkelerde satıldığını bilmiyoruz. Bununla ilgili verilere nasıl ulaşabilirim?

-İlk olarak bazı ülkelerin dış ticaret ve istatistik birimlerinin web sitelerine ücretsiz olarak ulaşabilirsiniz. Buralardan; güncel olarak, ürün bazında ithalat/ihracat rakamlarının yer aldığı veritabanlarına ulaşmak mümkündür. Örneğin, ABD'nin ürün bazında güncel ithalat verilerine aşağıdaki linkten ulaşılması mümkündür:

http://dataweb.usitc.gov/scripts/user_set.asp

Bu adresten ücretsiz bir hesap açtıktan sonra; incelemek istediğiniz ürünün “gümrük tarife istatistik pozisyonunu” ve “ihracat/ithalat konulu ülkeyi” seçerek bilgi toplayabilirsiniz.

-Aynı şekilde, Avrupa Birliği üyesi herhangi bir ülkenin; ürün bazında güncel ithalat rakamlarına şu adresten ulaşılabilir: http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/statistical_form.htm Bu veritabanının nasıl kullanılacağına ilişkin hazırlanan kılavuza ise <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/DisTicaretGelistirmeDb/metin.htm> adresinden ulaşabilirsiniz. “İstatistik Veri Tabanı” bölümünde, kullanım bilgilerini bulacaksınız.

-Ürününüzü özellikle ABD veya Avrupa Birliği dışındaki bir ülkeye satmak istiyorsanız ve bu konuda profesyonel bir araştırma firmasından destek almak istiyorsanız, bu masraflarınıza yönelik devlet destekleri de mevcuttur.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygulanan “Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği Hakkındaki Tebliğ” uyarınca; yurt dışına yönelik pazarlama stratejileri ve eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla, uygun görülen pazar araştırması hizmeti veren kurum ve/veya kuruluşlardan satın alacağınız pazar araştırması raporları ve istatistiklere ilişkin giderler ile bu kurum ve/veya kuruluşlara üyelik giderleriniz, %50

(yıllık en fazla 30.000 ABD Doları olmak kaydıyla) oranında desteklenmektedir.

Bu destek için “İGEME” ya da “İhracatçı Birlikleri”ne başvurabilirsiniz. Bu desteğe ilişkin detaylı bilgilere

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay& yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan “Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği Hakkında Tebliğ” başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

2.3.b. Pazar Araştırması

Profesyonel bir araştırma firmasından rapor/istatistik satın almak yerine yurtdışında bizzat kendi firmamın pazar araştırması gerçekleştirmesini planlıyorum. Bunun için ne tür desteklerden yararlanabilirim?

-Ürünleriniz ve/veya sektörlerinizle ilgili olarak gerçekleştireceğiniz pazar araştırması projelerine ilişkin giderlerinizin %70'i (proje başına en fazla 10.000 ABD Dolar) devlet tarafından desteklenebilir. Bunun için, “İGEME” ya da

“İhracatçı Birlikleri”ne başvurabilirsiniz. Bu desteğe ilişkin detaylı bilgiye

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan “Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği Hakkında Tebliğ” başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

2.3.c. Elektronik Tanıtım - Pazarlama

Su an için yurtdışına ofis açmayı ya da yabancı medya üzerinden tanıtım yapmayı planlamıyorum. İlk etapta, e-ticaret sitelerine üye olmak istiyorum. Bu konuda herhangi bir destek var mıdır?

-Evet, ürünlerinizin yurt dışına yönelik olarak elektronik ortamda iyi pazarlanabilmesi amacıyla; “Dış Ticaret Müsteşarlığı”na uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri Müsteşarlıkça, %50 oranında (yıllık en fazla 20.000 ABD Doları) desteklenmektedir.

Bu desteğe ilişkin detaylı bilgiye

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan “Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği Hakkında Tebliğ” başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

2.3.d. Yabancı Alıcılarla (İthalatçılarla) Tanışma

Üretmiş olduğum ürün veya hizmetin belirli bir ülkedeki alıcılarının (ithalatçıların) iletişim bilgilerini nereden temin edebilirim?

İhracat yapmayı amaçladığınız veya iş ortağı aradığınız yabancı firmaların iletişim bilgilerini, iş yapacağınız ülkedeki “Ticaret Müşavirlikleri” (Ataşelikleri) ile temasa geçerek elde edebilirsiniz. Ticaret Müşavirliklerimiz,

firmalarımızın ürünlerini pazarlamaları ve iş ortağı bulmaları için, yurtdışında devlet tarafından görevlendirilmiş olup, birçok sektördeki önemli alıcılara ilişkin verilere sahiptirler. Sececeğiniz ülkede faaliyet gösteren Ticaret Müşavirliğinin iletişim bilgilerine aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<http://www.musavirlikler.gov.tr/>

Yurtdışındaki küçük ve orta ölçekli firmalarla işbirliği imkânlarımı genişletmek istiyorum. Bununla ilgili yapacağım görüşmeleri karşılayan ne tür mekanizmalar var?

Bu konuda, İktisadi Kalkınma Vakfı(İKV) tarafından yürütülmekte olan “KOBİ'ler Arasında Uluslararası İşbirliği Faaliyetlerinin Desteklenmesi”ne yönelik programa başvurabilirsiniz. Bu program, Avrupa Birliği tarafından uluslararası düzeyde gerçekleştiren KOBİ'ler arası işbirliği projelerine Türk şirketlerinin katılımını amaçlamaktadır. Ayrıca, İKV organizasyonu ile gerçekleştirilen Europartenariat, Medpartenariat vb. projelere katılımınız da mümkün olmaktadır.

Ürettiğim ürün ve/veya hizmetin yurtdışındaki alıcılar ile yüze görüşmek ve ihracat, teknik/teknolojik, ortak yatırım, mali ve benzeri işbirliği imkanları için araştırma yapmak istiyorum. Bu konuda İKV destekleri dışında başvurabileceğim başka hangi mekanizmalar var?

-Bu konuda, KOSGEB tarafından uygulanan “Genel Destek Programı” altında “Yurtdışı İş Gezisi Programı”na başvurabilirsiniz. Bu destek şirketiniz için; ihracat,

teknik/teknolojik, ortak yatırım, mali ve benzeri işbirliği imkanları için araştırma; potansiyel ithalatçı işletme temsilcileri ile doğrudan ikili iş görüşmeleri yapma, tüketici tercih ve ürün fiyat düzeyi hakkında yerinde tespit yapma, ekonomik yapı ve sanayi durumu ile ilgili bilgi edinme imkanı sunar.

Bu destek için oranlar ve üst limitler aşağıdaki gibidir:

- Her bir yurt dışı iş gezisi için işletme başına sağlanacak azami destek miktarı: 2.000 (iki bin) TL
- Program süresince desteğin üst limiti: 10.000 (on bin) TL
- 2. Bölgelerdeki destek oranı: %50, 3. ve 4. Bölgelerdeki destek oranı: %60.

Bu desteğe ilişkin daha detaylı bilgilere aşağıdaki internet adresinden ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=7>

-Ayrıca, ihracatınızı arttırmak amacıyla yurtdışında katılacağınız fuarların masrafları için de KOSGEB'den destek alabilirsiniz. KOSGEB tarafından bu konuda şöyle bir destek şöyledir:

Hedef olarak seçtiğiniz ülkede düzenlenecek ve ülkemiz milli katılımının gerçekleştirileceği yurtdışı fuarlar arasından, KOSGEB tarafından uygun görülen fuarlar için destek alabilirsiniz. "ARGE, İnovasyon, ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı" altında olan bu desteğin unsurları ve limitleri şu şekildedir:

Proje konusuyla ilgili her türlü yurt dışı kongre/konferans/sempozyum katılımı ve yurt dışı fuar/teknolojik işbirliği ziyaretine ilişkin; ulaşım, konaklama ve katılım/giriş giderlerini kapsar.

Her bir yurt dışı ziyareti için destek üst limiti 3.000 (üç bin) TL olmak üzere, bu desteğin toplam üst limiti 15.000 (on beş bin) TL'dir.

Her bir yurt dışı ziyaretine, projede görevli olmak kaydıyla birden fazla kişi katılabilir.

Bu desteğe ilişkin daha detaylı bilgilere aşağıdaki internet adresinden ulaşabilirsiniz:

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6>

İŞ gezileri ve fuarlar için KOSGEB tarafından öngörülen destek oranları ve limitler, benim harcama planlarımla ilgili. Bu konuda başka destek alabileceğim bir mekanizma var mı?

-Bunun için Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygulanan destek programlarına da başvurabilirsiniz. Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından; milli düzeyde veya bireysel olarak yurtdışında katılacağınız fuarlar için, fuar organizatrne deyeceğiniz katılım bedelinin %50'si desteklenmektedir. Bu desteğin üst limitleri:

Yurt dışı fuarın "genel nitelikli milli katılım" veya "Türk ihraç ürünleri fuarı" olması halinde 10.000 ABD Doları,

“Sektörel nitelikli milli katılım” veya “sektörel Türk ihraç ürünleri fuarı” olması halinde ise 15.000 ABD Dolarıdır.

-Ayrıca, belirli aralıklarla, bazı sektörlerde nitelikli ticaret heyetleri ve alım heyetleri düzenlenmektedir. Bu heyetlere katılarak yurtdışında faaliyet gösteren alıcılara (ithalatçılarla) biraraya gelebilirsiniz. Alım ve ticaret heyetlerine katılım giderleriniz belirli ölçülerde devlet tarafından desteklenmektedir.

Yakın zamanda düzenlenecek yurtdışı fuarlar, alım ve ticaret heyetlerine ilişkin bilgiler ile bu alandaki devlet destekleri hakkında ayrıntılı bilgilere

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=816&icerikID=920&dil=TR> adresinden ulaşabilirsiniz.

2.3.e. Yurtdışı Tanıtım-Pazarlama

Yurtdışında firmamın tanınırlığını arttırmak için pazarlama ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmek istiyorum. Bunun için herhangi bir devlet desteği var mı?

-Firmanızın yurtdışında gerçekleştireceği; reklam, tanıtım ve pazarlama giderlerinin %50'si devlet tarafından desteklenmektedir. Örneğin; yurtdışına göndereceğiniz broşür, yabancı bir dergide ya da televizyon programında yayınlanacak reklamınız için devletten destek alabilirsiniz. Azami destek miktarı, ürünlerinizin yurtiçi marka tescil belgesine sahip olup olmamasına bağlı olarak 75.000 ile 150.000 ABD Doları arasında değişmektedir.

Konuya ilişkin detaylı bilgiye

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan "2010/6 Sayılı Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile Uygulama Usul ve Esasları" başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

-Ayrıca bu konuda, KOSGEB tarafından "Genel Destek Programı" altında sunulan "Tanıtım Desteği"ne de başvurabilirsiniz. Bu destek; firmanızın tanıtımı konusunda hazırlayacağınız broşür, katalog ve etiket baskılı bandrollü CD'lerin masraflarına yönelik olarak düzenlenmiştir. Bu

destekten faydalanmak için hazırlayacağınız; broşür, katalog ve CD'lerin aşağıdaki kriterleri karşılaması gerekmektedir:

Broşür: En az 2 sayfa, isteğe bağlı kırılmış, renkli baskılı olmalı. İçeriğinde; destekten yararlanacak girişimcinin ünvanı, logosu, adresi, telefon ve faks numaraları, varsa internet ve e-posta adresi, girişimcinin iştiğal konusu hakkında özet bilgi, basım tarihi ve tedarikçinin adı bulunmalıdır.

Katalog: En az 8 sayfa olmalı. 4 renk baskılı içeriğinde; destekten yararlanacak girişimcinin tanıtım bilgileri, detaylı ürün bilgileri, logosu, adresi, telefon ve faks numaraları, varsa internet ve e-posta adresi, basım tarihi ve tedarikçinin adı bulunmalıdır.

Etiket baskılı, bandrollü CD: Destekten yararlanacak girişimcinin tanıtım bilgileri, detaylı ürün bilgileri ve tanıtım filmi; çekimli, müzikli ve seslendirilmiş, en az 90 sn'lik film; girişimcinin logosu, adresi, telefon ve faks numaraları ve e-posta adresi, varsa internet adresi bulunmalıdır. Ana sayfalarında hazırlanış

tarihi bulunmalı; etiket baskılı ve interaktif olmalıdır.

Yurt dışında yayımlanan/dağıtılan basılı yayınlara reklam verme: Yurt içi veya yurt dışında basılan ve yurt dışında yayımlanan/dağıtılan basılı yayınlara verilen reklamlardır.

Bu destek için üst limitler ve destek unsurları aşağıdaki gibidir:

- Broşür ve ürün kataloğu giderleri, etiket baskılı tanıtım amaçlı CD giderleri, yurt dışında yayınlanan veya dağıtılan basılı yayınlara reklam verme giderlerinin her biri için verilecek destek miktarı 5.000 (beş bin) TL'nı geçemez.
- Program süresince desteğin üst limiti 15.000 (on beş bin) TL'dır.

İşletme ve ürün tanıtımı amaçlı web sayfası hazırlama desteği; Türkçe ve yabancı dilde olmak üzere, KOSGEB tarafından

işletilen ve www.kobinet.org.tr adresinde yayımlanan KOBİNET e-ticaret portalında ücretsiz olarak verilir.

KOSGEB Tanıtım Desteği için ayrıntılı bilgiye

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=7>

adresinden

ulaşabilirsiniz.

2.3.f. Küçük Ölçekli İhracat için Finansman

Yurtdışında müşteri buldum. İhraç edeceğim mal/hizmetin üretimi ve sevkiyatı için finansmana ihtiyacım var. Ancak, bu ilk ve küçük sevkiyatta, ihracat için döviz kredisi temin etmekte zorlanıyorum. Özellikle teminat konusunda sıkıntım var. Bu konuda ne yapabilirim?

-KOSGEB tarafından uygulanmakta olan “İhracat Kredisi Destek Programına” başvurabilirsiniz. Bu destek; döviz bazlı kredi faizlerinin %10’ları aştığı bir dönemde, 6 ay için %1.1813 gibi çok düşük bir faiz oranıyla uygulanacaktır. İhracatçı KOBİ'lere sağlanacak olan bu can suyu kredisinin toplam üst limiti 100.000 ABD Dolarıdır. Aşağıdaki kriterleri karşılıyorsanız, bu krediden faydalanabilirsiniz:

- İmalat sanayiinde faaliyet göstermek (yazılım da imalat sanayi tanımında yer almaktadır),
- 250' den az çalışana ve 25 milyon TL'dan az yıllık net satış hasılatına ya da mali bilançooya sahip olmak,
- İhracat taahhüt etmek veya ihraç kayıtlı satış yapmak (ihracat yapacak olan başka bir firmaya satmak),
- KOSGEB veri tabanına kayıtlı olmak,
- KOSGEB'e verilecek güncel ve onaylanmış KOBİ Beyannamesi ve YDTF'ye (Yararlanıcı Durum Tespit Formuna) sahip olmak.

Teminat sıkıntısı yaşayabilecek KOBİ'ler, Kredi Garanti Fonu'ndan %1 komisyon karşılığı yararlanabilecektir. Vergi ve SGK borcu olan KOBİ'ler; borçları kredi desteğinden mahsup edilmek suretiyle, kredi kullanabileceklerdir.

Bu desteğe ilişkin ayrıntılı bilgilere

<http://ihracat.kosgeb.gov.tr/Program.aspx>

web sitesinden ulaşabilirsiniz.

2.3.g. İhracat ve Gümrükleme İşlemleri için Dış Ticaret Personeli

Dış ticaret ve gümrük prosedürleri konusunda çok fazla tecrübem yok. Bu konuda tecrübeli dış ticaret yöneticisi ve dış ticaret elemanı istihdam etmek istiyorum. Bununla ilgili bir devlet desteği var mı?

-Evet var. Bunun için Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca yürütülen "İstihdam Desteği"ne başvurabilirsiniz. Bu destek, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin (SDŞ), münhasıran dış ticarete ilişkin işlemlerini yürütmek üzere; konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdamını destekliyor. SDŞ kurmanın beraberinde getirdiği personel ve diğer avantajlar hakkında bilgiye

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=165&icerikID=85&dil=TR> adresinden ulaşabilirsiniz.

Program kapsamında; SDŞ'lerinin ilk defa istihdam edecekleri, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yöneticilerin azami 18 bin ABD Doları karşılığı Türk Lirasını aşmamak üzere yıllık brüt maaşlarının % 75'i; elemanların ise azami 9 bin ABD Doları karşılığı Türk Lirasını aşmamak üzere

yıllık brüt maaşlarının yüzde 75'i "Destekleme Fiyat İstikrar Fonu"ndan uzun bir süre boyunca karşılanıyor.

Bir SDSŞ, istihdam edeceği en fazla bir yönetici ile iki elemanın ücretleri için ve bir defaya mahsus olarak destek sağlanıyor.

2.3.h. Yurtdışı Ofis - Mağaza

Yurtdışındaki işlerim oldukça iyi gidiyor. Şimdi yurtdışına bir ofis açmak istiyorum. Ancak ofis açmak, bu ofisin demirbaşlarını almak çok masraflı. Bunun için ne tür desteklerden faydalanabilirim?

Dış Ticaret Müsteşarlığı; Türkiye’de yerleşik, sınai veya ticari faaliyette bulunan firmalar ve yazılım sektöründe işgal eden şirketlerin yurtdışında açacakları ofis, mağaza ve depoların kiralalarını ve alacakları demirbaşların masraflarını karşılamaktadır. Şirketinizin türüne göre, yurtdışıda açacağınız mağaza ve ofisinizin kira giderleri %60’a (yıllık en fazla 120.000 ABD Dolarına) varan oranlarda Dış Ticaret Müsteşarlığı’nca desteklenmektedir.

Konuya ilişkin detaylı bilgilere

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=76&icerikID=58&dil=TR> adresinde yer alan "2010/6 Sayılı Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile Uygulama Usul ve Esasları" başlıklı dosyadan ulaşabilirsiniz.

2.4. BÜYÜK BİR ŞİRKET OLMANIN GETİRDİĞİ AVANTAJLARDAN YARARLANMA VE HAKİM DURUMU KORUMA

2.4.a. Rekabet

Küçük ve orta ölçekli firmalara yönelik pozitif ayrımcılık uygulayan birçok destek programı var. Büyük firmalara münhasır uygulanan ve avantaj elde edebileceğim ne tür destekler var?

-Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan "Dış Ticaret Sermaye Şirketi(DTSS)" statüsünü alarak birçok avantaj elde edebilirsiniz. Ödenmiş sermayeleri en az 2 milyon TL olan ve bir önceki takvim yılında gümrük beyannamesi bazında en az 100 milyon ABD doları veya eş değerdeki fiili ihracatı

gerçekleştiren anonim şirketlere verilen bir statüdür. Bu statüye sahip olmanın beraberinde getirdiği 4 temel avantaj bulunmaktadır:

i) KDV iadesinde sağlanan kolaylıklar:

İhracattan kaynaklanan KDV iadelerinin; teminatla nakden alınmak istenmesi durumunda, firmaların Maliye Bakanlığı'nca belirlenen limitin (4.000 TL) üzerinde kalan kısmın tamamı kadar teminat göstermesi gerekmektedir. Dış ticaret sermaye şirketleri ise; haklarında sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge düzenlediği veya kullandığı konusunda rapor bulunmaması, son beş yıl içinde adlarına tahakkuk eden gelir, kurumlar vergisi ve KDV'lerin ödenmesi, iade hakkı doğuran işlemlerin bulunduğu son beş vergilendirme döneminde, hakkında olumlu rapor yazılmış olması halinde %4 teminatla nakden iade alabilmektedirler. Normal uygulamada 4000 TL'nin altında kalan nakden iade taleplerinde, gümrük beyannamesinin veya onaylı fatura ya da özel faturanın teyidi yapılmadan iade edilmektedir. DTSS'leri ise; onaylı veya özel faturaların teyidinden sonra, gümrük

beyannamelerinin teyidi beklenmeksizin, iade talebinde bulunabilirler.

ii) Dahilde işleme rejiminde teminat kolaylığı:
Dış Ticaret Sermaye Şirketi statüsüne haiz olan firmalar; dahilde işleme belge/izin müracaat tarihinden önceki takvim yılı içerisinde gerçekleştirdikleri ihracat kadar, dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında yapacakları ithalatta, bu ithalattan doğan verginin sadece %10'u oranında teminat vermektedirler.

iii) Eximbank TL ve döviz kredilerinde indirimli faiz uygulaması, kredi temininde indirimli teminat kolaylığı:

Dış Ticaret Sermaye Şirketi statüsüne sahip olan şirketler, Eximbank'ın sadece "Dış Ticaret Şirketi" statüsü olan firmalara özel sunduğu, indirimli döviz ve TL kredi imkanlarından faydalanabilmektedir. Ayrıca, bu statüdeki firmalara kredi temininde indirimli teminat kolaylığı sağlanmaktadır.

iv) Onaylanmış kişi statüsü edinmek yoluyla, gümrük işlemlerinde sürat ve kolaylık:

Dış Ticaret Sermaye Şirketi statüsüne sahip olan firmalar, başka herhangi bir koşul aranmaksızın

“onaylanmış kişi statüsü” edinerek, gümrük işlemlerini hızlı ve rahat bir şekilde sonuçlandırma imkanı elde etmektedirler.

Dış Ticaret Sermaye Şirketi statüsüne haiz olmak için gerekli kriterler ve başvuru sürecine ilişkin detaylı bilgilere <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/DevletYardimlariDb/devyardnot.doc> internet adresinden ulaşabilirsiniz.

2.4.b. Büyük Ölçekli Yabancı Firmalarla Ticaret ve İşbirliği

Üretimimde “ölçek ekonomisini” yakalayabilmem için büyük parti mal üretmek ve satmak zorundayım. Yüksek miktarl mal ve hizmet alım kabiliyeti olan yabancı firmalara ulaşımımı kolaylaştıran bir devlet destek mekanizması var mıdır?

-Evet, var. Bu konuda “Dış Ticaret Müsteşarlığı” ve “Savunma Sanayii Müsteşarlığı” tarafından yürütülen offset projelerinden yararlanabilirsiniz. Bu projelerde; Boeing, Sikorsky, General Electric gibi yüksek miktarl alım kabiliyeti olan yabancı firmalara ve/veya bu firmaların tedarikçilerine satış yapma imkanı elde edebilirsiniz.

Offset; kamu kuruluşları tarafından açılan uluslararası ihaleler neticesinde, ihalelerin açıldığı ülkelerin ihracat potansiyelini arttırmak amacıyla, ihaleyi kazanan yabancı firma tarafından, ana ihale anlaşmasına ek olarak verilen taahhütlerdir. Bu taahhütler; ihaleyi açan ülkeden yapılacak ihracat, ihaleyi açan ülkeye yönelik yabancı sermaye yatırımları, ortak yatırımlar, teknoloji transferi, lisans ve know-how transferleri, kalifiye işgücü yaratmak amacıyla, masrafı ihaleyi kazanan yabancı firmaya ait olmak üzere sağlanan yurtiçi ve yurt dışı eğitim imkanları, AR-GE çalışmaları ve yatırımları ile diğer döviz kazandırıcı hizmet ve işlemleri içerebilir. Offset uygulamaları, offsete konu olan kamu ihalesinin niteliğine göre askeri ve sivil offset olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

Sivil Offset Uygulamaları: Sivil kamu alımları çerçevesindeki offset uygulamalarıdır. Dünyada offset uygulamaları daha çok askeri offset şeklinde başlamış ve gelişmiş olmasına karşılık; günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkeler, sivil offsetin yaygınlaştırılması yönünde çalışmalarda bulunmaktadır. Ülkemizde sivil offset uygulamaları Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülmektedir.

Savunma Sanayii Offset Uygulamaları: Askeri alımlar çerçevesindeki offset uygulamalarıdır. Savunma sanayii ile ilgili olabileceği gibi, ihale konusunun niteliğine göre sivil sektörlerle de ilgili olabilir. Halihazırda, ülkemizdeki savunma sanayii offset uygulamaları Savunma Sanayii Müsteşarlığı (SSM) tarafından yürütülmektedir.

Ülkemizde Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülmekte olan AWACS projesi kapsamında; Boeing ve General Electric firmaları tarafından taahhüt edilen (proje kapsamında Türkiye'den mal/hizmet almayı taahhüt ettikleri) toplam 150 milyon dolarlık offset taahhüdü bulunmaktadır. Projeye ilişkin detaylı bilgilere aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:
<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=1770&icerikID=1913&dil=TR>

Ayrıca, Savunma Sanayii Müsteşarlığı tarafından yürütülen ve aralarında; Boeing, Sikorsky, Lockheed Martin gibi firmaların da yer aldığı yaklaşık 45 offset taahhüdü bulunan firmaya ilişkin listeye ve detaylı bilgilere aşağıdaki internet adresinden ulaşmanız mümkündür:

http://www.ssm.gov.tr/anasayfa/kurumsal/Documents/SKO_TAAHHUD_U_BULUNAN_FIRMALAR.pdf

2.4.c. Finansman

Finansman maliyetlerimi ve banka kredisi faiz oranlarımı azaltacak ne tür uygulamalar var?

-Evet, bu konuda Eximbank kredilerine başvurabilirsiniz. Eximbank tarafından piyasada maruz kalacağınız faiz oranının oldukça altında bir faiz ödeyerek, Eximbank kredilerinden yararlanabilirsiniz. Eximbank kredileri genellikle gerçekleştirdiğiniz ihracat ölçüsünde verilmektedir. Bu nedenle, yüksek miktarda ihracat gerçekleştiren büyük firmalar, Eximbank kaynaklarından daha fazla faydalanma imkanına sahiptir. Eximbank tarafından sunulan başlıca kredi programları: Sevk Öncesi İhracat Kredileri, Dış Ticaret Şirketleri Kısa Vadeli İhracat Kredileri, İhracata Hazırlık Kredileri, Sevk Öncesi Reeskont Kredisi ve Kısa Vadeli İhracat Alacakları İskonto Programıdır.

-Bunun yanısıra Eximbank tarafından ihracat sigorta programı uygulanmakta olup, bu program ile yurtdışı müşterilerinizden olan şüpheli alacaklarınızı; ödenmemesi durumunda, %90'a varan oranlarda tahsil etme imkanına sahip olursunuz.

Eximbank tarafından uygulana kredi ve sigorta programlarına ilişkin ayrıntılı bilgilere ve uygulanan faiz oranları ile firma bazında maksimum kredi limitlerine www.eximbank.gov.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

2.4.d.Vergi

Yüksek miktarda ihracat gerçekleştirilme ve ülkeye döviz kazandırmama karşın, yüksek oranlarda vergi yükü ile karşılaşıyorum. Vergi maliyetimi azaltacak ne tür uygulamalar var?

-Bu konuda Maliye Bakanlığı/Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından uygulanmakta olan İhracatta Götürü Gider Uygulaması'na başvurabilirsiniz. Gelir Vergisi Kanunu'nun 40/1 nci maddesinde; "ticari kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için yapılan giderler" in indirilecek giderler olduğu düzenlenmiştir. Bu tür giderlerin Vergi Usul Kanununun 227

ve müteakip maddeler gereği tevsiki (faturalandırılabilmesi) zorunludur. Tevsik edilemeyen (faturalandırılmayan) giderlerin indirim konusu yapılması kabul edilmemektedir. Ancak, 4108 Sayılı Kanunla GVK'nun 40/1. maddesine eklenen yeni bir hükümle, bazı giderlerin faturalandırılmadığı hallerde dahi, indirimi kabul edilmiştir. Bu hüküm, götürü ihracat gideri olarak kabul görmüş ve madde metnine "İhracat, yurt dışında inşaat, onarma, montaj ve taşımacılık faaliyetlerinde bulunan mükellefler, bu bentte yazılı giderlere ilaveten bu faaliyetlerden döviz olarak elde ettikleri hasılatın binde beşini aşmamak şartıyla yurt dışındaki bu işlerle ilgili giderlerine karşılık olmak üzere götürü olarak hesapladıkları giderleri de indirebilirler" şeklinde dahil edilmiştir. Bir başka ifadeyle, 1 milyon TL ihracat gerçekleştiren bir ihracatçının; 5.000 TL'lık bir meblağı vergi matrahından indirmesi ve daha az gelir/kurumlar vergisine muhatap olması mümkündür.

2.5 YURTDIŞINDAKİ GÜMRÜK PROSEDÜRLERİNE YÖNELİK MEVZUAT İLE TEKNİK DÜZENLEMELERİ TAKİP VE TİCARİ ENGELLERİN BERTARAFI

Birçok ÷lkeye ihracat gerçekleŐtiriyorum. Her birinin ayrı ayrı gümrük vergisi oranlarını, ürünlerimin gümrükten geçişinde istedikleri belgeleri, teknik düzenlemelerini takip etmem çok zor. Bu konuda başvurabileceğim bir mekanizma var mı?

-Evet var. İhracat gerçekleştireceğiniz ÷lkenin gümrük vergisi oranlarına ve gümrük işlemlerinde aranan belgelere aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<http://www.dtm.gov.tr/ütmpazaragiris/index.cfm?action=detay&yayinID=1892&icerikID=2033&dil=TR>

Diğer ÷lkelere yönelik ihracatta karşılasabileceğim anti-damping, telafi edici vergi ve korunma önlemleri ile teknik engelleri takip edebilmemde ve bu engelleri ortadan kaldırmamda yardımcı olacak bir destek var mı?

Evet, var.

-İlk olarak ÷lkemiz ihraç ürünlerine karşı uygulanan anti-damping, telafi edici vergi ve korunma önlemlerini

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=1542&icerikID=1661&dil=TR> internet adresinden takip edebilirsiniz. İhraç edeceğiniz ürünlerde; diğer ülkeler tarafından, anti-damping veya telafi edici vergi veya korunma önlemi uygulanmakta ise ve bu vergi ile önlemlere tabi ürünlerde son iki yılda gerçekleştirdiğiniz ihracat toplam 1 milyon ABD Doları ve üzeri ise; bu vergi ve önlemlerin ortadan kaldırılması için alacağınız avukatlık/danışmanlık hizmetlerinin %50'si devlet tarafından desteklenmektedir. Burada azami limit 40.000 ABD Dolarıdır. Ayrıntılı bilgi için aşağıdaki yönergeye başvurabilirsiniz:

http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/PazaraGirisDb/ad_YONERGE.pdf

-İkinci olarak, diğer ülkelerin koyduğu yeni teknik düzenlemeleri takip etmek ve rekabet gücünüzü olumsuz yönde etkileyerek haksız rekabet yarattığını düşündüğünüz teknik düzenleme ve prosedürler (yerli ve yabancı ürünler için ayrımcı teknik düzenleme, haksız gümrük prosedürleri vb.) için "Ticarette Teknik Engeller Türkiye Bildirim Merkezi"nin web sitesine başvurabilirsiniz: www.teknikengel.gov.tr Bu sitedeki hizmetler, Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlı "Dış Ticarette Standardizasyon Genel Müdürlüğü" tarafından sunulmakta olup, Genel Müdürlüğün başlıca görevleri arasında

ihracatçılarımıza karşı uygulanan engellerin bertaraf edilmesi yer almaktadır.

2.6 - MARKALAŞMA

Ürettiğim mal/hizmetlerin markalaşma potansiyeli olduğuna inanıyor ve dünya çapında bilinir bir marka sahibi olmak istiyorum. Bu konuda ne tür devlet desteklerine başvurabilirim?

Bu konuda “Turquality Destek Programı”na başvurabilirsiniz. Turquality programı; ülkemizin rekabet avantajını elinde bulundurduğu, markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarının üretiminden pazarlamasına; satışından, satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayan bir akreditasyon sistemidir. Turquality Destek Programı kapsamında; ürünlerinin markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderler ile İhracatçı Birliklerinin TURQUALITY® Programı kapsamında firmalara; yurt içinde ve yurt dışında markalaşma sürecinde vereceği desteklere ilişkin harcamalar, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştireceği her türlü faaliyet ve organizasyonlara ilişkin giderler ile olumlu Türk malı imajının

oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştireceği her türlü harcamaların, uluslararası kurallara göre “Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu”ndan karşılanması amaçlanmaktadır. Turquality Destek Programında yer alan unsurlar aşağıdaki gibidir:

- Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile TURQUALITY® Sertifikasına haiz markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri,
- rnleri ile ilgili kalite belgeleri ile; insan, can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin harcamaları,
- TURQUALITY® Sertifikasına haiz markalı ürünleriyle ilgili olarak istihdam edilen moda/endüstriyel ürün tasarımcısı giderleri,
- Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri,
- Mağazalara ilişkin uygun mahal araştırmasına yönelik; danışmanlık, konsept mimari çalışmaları, dekorasyon, demirbaş, kira harcamaları ile mağazanın kiralınmasıyla ilgili hukuki danışmanlık ve belediye giderleri,

- Ofis, depo, showroom, satış sonrası servis vb. yurtdışı birimlerine ilişkin kira, dekorasyon, demirbaş, komisyon giderleri,
- Farklı markaların satıldığı showroom/büyük mağaza; hipermarketlerde görülen ve kiraladıkları reyon/showroom/gondol/satış alanlarına (floor display) ilişkin kira, dekorasyon, hizmet ve/veya komisyon harcamaları,
- Franchise vermesi halinde; franchising sistemi ile yurtdışında açılacak ve faaliyete geçirilecek mağazalara ilişkin dekorasyon harcamaları,
- İş yönetimi kapsamında satın alacakları her türlü danışmanlık giderleri,
- Yurtdışında düzenlenen uluslararası nitelikteki sektörel fuarlara katılım halinde, stand dekorasyonu ile fuar katılım bedeline ilişkin harcamaları, yılda bir defaya ve tek bir fuar katılımına mahsus olmak üzere, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca desteklenmektedir.

Ayrıntılı bilgi için www.turquality.com web sayfasına bakabilirsiniz.

KAYNAKÇA

- Foster, Jack(2009). Fikir Nasıl Bulunur?
Çeviren: Young & Rubicam/Reklamevi.
İstanbul:MediaCat
- Godin, Seth(2009). Mor İnek. Çeviren: Oya
Gürbahçe. İstanbul:MediaCat
- Kaplan, Steve(2009). Fil Olun. Çeviren:
Abidin Ufuk. İstanbul: MediaCat
- Kawasaki, Guy(2009). Girişimcinin El Kitabı.
Çeviren: Dinç Tayanç. İstanbul: Mediacat.
- Scott, M. David(2009). Pazarlama ve
İletişimin Yeni Kuralları. Çeviren:Nadir
Özata. İstanbul: MediaCat
- Seelig, Tina(2009). Inovasyon. Çeviren:
Nuray Önoğlu. İstanbul:MediaCat
- Stull, Craig., Myers, Phil., Scott M.
David(2009). Fark Edilmemiş İş Fikirleri.
Çeviren:Aytül Özer. İstanbul:MediaCat
- Abrams, Jeffrey(2004). The Mission Statment
Book. Berkley: Ten Speed Press

Embryonix: İzmir Ekonomi Üniversitesi, İZTO, EGIAD, ESİAD ve EBSO ortaklığı ile kurulan bir limited şirkettir. Temel amacı yeni fikirleri işe çevirmek ve onlara yatırımcı bulmaktır. Embryonix'de iç mimariden finansa, oyun yazılımından dijital pazarlamaya kadar danışmanlık veren 24 adet mentor, yeni başlayan iş fikirleri için büyük önem taşıyan danışmanlık hizmetini ücretsiz olarak vermektedir. Bununla birlikte Embryonix, Türkiye'deki girişimcileri doğru zihin yapısına ulaştırmak için gerekli organizasyonları yapmaktadır. Elinizdeki kitapta bu amacın bir ürünüdür.

Endavour: 1997 yılında uluslararası bir sivil toplum kuruluşu olarak kurulan Endeavor, Etkin Girişimcilik destek modeliyle küresel bir değişimin öncülüğünü yapıyor. Merkezi ABD'nin New York kentinde olan Endeavor, Türkiye'nin dışında Arjantin, Brezilya, Güney Afrika, Kolombiya, Meksika, Mısır, Şili, Uruguay ile Ürdün birlikte toplam 10 ülke ve 12 ofiste faaliyet gösteriyor.

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yayınları No: 45

ISBN: 978-975-8789-44-3

EMBRYONIX
www.yenifikirsenihayat.com

ENDEAVOR
www.endeavor.org.tr



İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ

Sakarya Cad. No: 156, 35380 - Balçova - İZMİR - Tel: (0232) 379 33 25 Faks: (0232) 379 30 26
www.ieu.edu.tr

KENDİ İŞİNİ KURMA REHBERİ

KENDİ İŞİNİ KURMA REHBERİ

"Fikrinizi işe çevirmek için neler yapmanız gerekir?"

