

KOBİ'ler için yeni fırsatlar dönemi

“İş Dünyası Çıkış Arıyor” konferansı, durgunluk dönemlerinin özellikle KOBİ'ler için yeni fırsatlar yaratacağına dikkat çekildi.

10 Mayıs 2018

Ortak Akıl Danışmanlık tarafından Ortak Akıl İş Platformu Toplantıları kapsamında düzenlenen “İş Dünyası Çıkış Arıyor” konferansı, iş dünyası ve sektör STK'larının katılımı ile Courtyard Marriott Otel'de gerçekleştirildi

Konferansta, durgunluk dönemlerinin özellikle KOBİ'ler için yeni fırsatlar yaratacağına dikkat çekilerek, iş insanlarının geleneksel iş yapma alışkanlıklarını bırakıp işletmelerini daha ileriye taşıyacak stratejiler oluşturmaları gerektiği dile getirildi.

Konferansta iş dünyasına seslenen Altınbaş Üniversitesi Rektör Yardımcısı, Ekonomist Prof.Dr. Emre Alkin, iş insanlarının dijital dönüşüm yerine dolar, borsa ve faizle zaman kaybettiğini vurgulayarak, “İş insanımız dolara takılıp kaldı. Meteor düşse millet dolar alıyor. Oysa bizim başka şeyler söylememiz ve yapmamız lazım. Döviz borcu olan rahat uyusun ve dolarınız varmış gibi uyuyun. Rahat olsun. Sistem tüm dünyada böyle çalışıyor” dedi.

Alkin: Yüksek faiz, enflasyon ve büyüme 3 yıl daha devam edecek

“Biz nefes almaya çalışırken dünya dijitale geçti” diyen Alkin, sözlerini şöyle sürdürdü: “Moralleri bozmaya gerek yok. Biz sadece işimizi yapalım. Evet, enflasyon yumuşak karnımız ve bizim gibi gelişmekte olan ülkelere enflasyon yüzde 4 iken bizde yüzde 10. Bu önümüzdeki 3 yıl daha böyle devam edecek. Yüksek faiz, yüksek enflasyon ve yüksek büyüme. Büyüme tarafında dünyada ve Türkiye’de sıkıntısı yok. Doğu Avrupa’ da iyi toparlandı. ABD’de konut verileri iyiye, dünyada işler iyi gidiyor demektir. Bu dünya için önemli bir datadır. 2017 yılı Türkiye için iyi bir yıldır. Geçtiğimiz yıl tüm zamanların en yüksek katma değerini yarattık. Ancak şu bir gerçek ki, biz hala ABD’ye mal satan ülkelere mal satıyoruz.”

Türk insanının olaylara daima iyimser baktığını ve bunun önemli bir motivasyon olduğunu söyleyen Prof.Dr.Emre Alkin, Türkiye’nin ileri teknolojide yüzde 47 oranında dışa bağlı olduğunun unutulmaması gerektiğini hatırlatarak, dünyada bugün en önemli kaynağın data olduğunu ve eski bilgilerle yaşayanların tükenmeye mahkum olduklarını vurguladı.

Türk iş insanının artık değer yaratmak ve çözüm sunmak moduna geçmesi gerektiğinin altını çizen Alkin, “Çözüm üretiyorsanız, rakibiniz yok. Mal ve hizmet satıyorsanız rakibiniz çok” diyerek şu uyarılarda bulundu: “Katma değer yaratmadan üretim yapmak anlamını yitirdi. Tüketici tecrübesinin karlılıkta yüzde 38 olduğu bir zamanda yaşıyoruz. Müşteri memnuniyeti yaratmak iş dünyasının olmazsa olmazıdır. Tüketicinin düşüncesini, istediğini duymak ve katma değer yaratan ürünlere odaklanmak zorundasınız” şeklinde konuştu.

Orakçioğlu: Dünya artık anormali normal kabul ediyor, alışın

Damat, D’S Damat ve Tween markalarını dünya ile tanıştıran ORKA Group Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu, durgunluk dönemlerinde işletmelere ve sektörler liderlik etmenin önemine vurgu yaptığı konuşmasında, streslere alışkın bir ülkede işletme sahiplerinin öncelikle sakinlikleri korumaları gerektiğini söyledi. Orakçioğlu, “Pek çok kriz yaşadık. İş insanlarımızın, sektörlerimizin bu konuda bağışıklığı oldukça yüksek. Dünya artık anormali normal kabul ediyor. İşimize devam etmeliyiz. Yapacağımız en doğru şey budur” dedi.

Süleyman Orakçioğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: “Türkiye’de dönemsel stresler yaşanıyor. Biz de dünyadan farklı şekilde etkilenmiyoruz. 2001 yıl krizinde bile Birleşmiş Markalar Birliği’ni çatı örgüt olarak kurdum ve başkanlık ettim. Zor zamanlar insanlara çıkış yolu gösterir. Bugüne geldiğimizde ise dünyada 3 bin mağazası olan bir yapımız var. 1-2 yıl içinde bu sayı 5 bine ulaşacak. Bunu nasıl yapıyorsunuz diye soruyorlar. Dünyanın nabzını tutuyoruz, rakip analizleri yapıyoruz.”

“Erkek giyiminde İtalya’nın önündeyiz”

“Ben yola çıkarken ‘dünya markası olmak istiyorum, duvarları yıkmak istiyorum’ demiştim. Bana yabancılar “Paran çok galiba, boşuna uğraşma” demişlerdi. Moralim bozuldu ancak etkilenmedim, vazgeçmedim. Şu anda yılbaşını Avustralya’dan Güney Amerika’ya sabaha kadar kutlayan bir marka olduk. Tekstilde kilogram başına 10-12 dolar, hazır giyimde 16-18 dolarlık bir grafiğimiz var. İtalya’ da bu rakam 45 dolar civarında. Ancak yine kilogram başına tekstilde 65 dolar, hazır giyimde 95 dolara ürün satan markalarımız da var. Yani yüzde 90 yerli girdi ile İtalyan markalarının önündeyiz. Bu ülkemiz adına, Türk markaları adına çok önemli bir gelişmedir. Bunu gururla söylüyorum. Erkek modasında en güçlü ülke İtalya’dır. Ama biz bu imajı kırdık. İtalya’ da 9 günde 9 mağaza açtık. 210’nu yurt içinde olmak üzere 370 mağazamız var. Cornerlar hariç bu yıl 400 adede ulaşacağız”

“Uzay çağına hazırlanıyoruz”

Bugün Avrupa'nın enerjisinin düşük ve yorgun olduğunu, Türkiye'nin ise genç nüfusu ve enerjisi ile önemli bir ülke konumuna geldiğine de vurgu yapan Orakçıoğlu, zor bir dönemden geçen işletme sahiplerinin çalışanlara liderlik etmek gibi önemli bir sorumluluklarını olduğunu belirterek şu tavsiyelerde bulundu: “İş hayatında en iyi ekiple, aynı hedefe odaklanmak gerekiyor. Disiplin ve bonuslar işte motivasyon açısından önem taşıyor. Liderlik, tutku yaratır. Durgunluk, hareket başlatır ve kriz fırsattır. Hiçbir şey imkansız değildir. İşletmenizin mutlaka bir stratejisi olmalı. İyi işleri minimum bütçe ile nasıl yaparız konusuna odaklanın. İnovasyona önem verin. Bize en çok ‘büyümeyi nasıl yönetiyorsunuz’ sorusu geliyor. Söyleyeyim, kalite, tasarım ve inovasyona çok önem veriyoruz. Örnek olarak, biz bugün uzay çağı için ürünler hazırlanıyoruz. İşin kalıp mühendisliği tarafına yöneldik. Ulaşılabilir lüks için çalışıyoruz. “

Sönmez: Panik atak kararlardan vazgeçin

Ortak Akıl Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Yılmaz Sönmez de, ülke ekonomisinin can damarı olan KOBİ'lerin durgunluk dönemlerini bir sonraki hamleye hazırlık süreci olarak değerlendirebileceklerini belirterek, bu süreçte işletmelerin atması gereken adımlarla ilgili olarak şunları dile getirdi: “İşletme sahiplerinin motivasyonu, sürecin sağlıklı yürütülmesi açısından kritik önem taşır. Sadece fiyat düşürerek, departman, şube veya departman kapatarak, istihdamı azaltarak bu süreci atlatabırız. Panik atak kararlar yerine sakin, hızlı ve mantıklı kararlara ihtiyacımız var. Bu dönemde yanıt arayacağımız soru, “Nasıl ve daha iyi nasıl” olmalıdır. Dönemler bazında stratejilerimizi, mali disiplini korumak için ise bütçe ve bilançolarımızı varyasyonlu olarak hazırlamalıyız. Hemen hemen tüm sektörlerin sorunu olan vade ve tahsilatlarda mutlaka iletişim yönetimini kullanmak gerekiyor. Müşteri ve tedarikçilerle iletişimi kesmek yerine daha da geliştirmek zorundasınız. Karsız ürünlerden vazgeçmeli, depo ve lojistik maliyetleriniz mutlaka gözden geçirilmelidir.”

“Krediniz, stoklarınızda yatıyor olabilir”

Yılmaz Sönmez, KOBİ'lerin zor dönemlerde atıl duran stoklarını elden çıkarmalarının önemine dikkat çekerek, “İhtiyacınız olan finans kaynağı ve kredi stoklarınızda olabilir. Stoklar para demektir. Onları aktife geçirin” tavsiyesinde bulundu.

Ticarette dijital reklam ve tanıtım araçlarının etkin olduğu bir dönemde, KOBİ'lerin hala geleneksel satış, pazarlama ve tanıtım yöntemleri ile iş yapmaya çalıştıklarını vurgulayan Sönmez, "Daha az maliyetlerle dijitale geçmemekte ısrar eden firmalarımız var. 5-10 yıl öncesinin yöntemleri ile verimlilik ve karlılıktan bahsetmek mümkün değil. Değişime ve gelişime kapanıp, ölü taklidi yaparak bu süreci atlatamazsınız. Gerçekçi olalım. Yeni pazarlar için yeni satış kanallarını kullanalım. E-ihracat kapımızda ama biz daha ihracata bile gelemedik. KOBİ'lerin ülkedeki gelgitlerden kurtulmasının ve ayakta kalmasının yolu eski alışkanlıkları bırakıp, OSB'lerden çıkması ile mümkündür. Durgunluk bir gün geçer gider ancak iş sahiplerinin işletmelerini geleceğe taşımak gibi önemli bir sorumlulukları vardır" diye konuştu.

11.05.2018 Dünya gazetesi