

Tüketim toplum benlik tasarruf

Doç. Dr. Kamil ORHAN



Tasarruf ve Tüketim Nedir?
Tüketimin Altında Yatan Faktörler
Tatmin Tüketim İlişkisi
Tüketime Yönelten Faktörler
Tüketme Kimlik İlişkisi
Tüketilen Bir Nesne Olarak Zaman
Tüketilen Bir Nesne Olarak Enerji
Tüketilen Bir Nesne Olarak Para
Tüketilen Bir Nesne Olarak Kaynaklar
Tüketilen Bir Nesne Olarak İmaj
Satın Alma, Tutum Ve Tutum Değiştirme,
Tüketim Eğilimleri,
Ekonomik Ve Psikolojik Sonuçlar,
Reklamın Tüketimde Etkisi,
Kentsel Türkiye'deki Hane ve Kişilerin Statü, Gelir ve Tüketim Tabakalarına Göre Sayısal ve Oransal Dağılımları,
İşletmelerde Gelişim Süreçler

TÜKETİM NEDİR?

Tüketim

"Günümüzde kültür herşeye benzerlik bulaştırır filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirir. Bu alanların her biri kendi içinde ve hep birlikte söz birliği içindedir. Her ne kadar kültür endüstrisi kitlelere uyum sağlamadan varolamıyacak olsa da, kitleler (tüketim toplumu) onun ölçütü değil ideolojisidir. Endüstri, insanla yalnızca müşterisi – yani tüketici- ve çalışanı olarak ilgilenir. Tüketiciler kendilerini boş zamanlarında bile üretimin birliğine uydurmak zorundadır."(Adorno, 2007).

Tüketim Nedir

1. Tüketme işi
2. Üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yığaltım, istihlak, üretim karşılığı



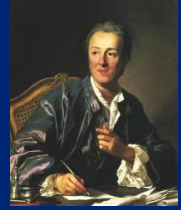
Yani nedir

1. Üretilen mal ve hizmetlerin; gereksinim ve isteklerini karşılamaları amacıyla insanlar tarafından kullanılmasıdır.
2. Üretilen ya da yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yığaltım, istihlak, üretim karşıtı.

Diderot Etkisi

Denis Diderot, (1772)

"Eski Sabahliğımdan Ayrılmanın Pişmanlıkları: Ya da Paradan Daha Ziyade Beğenisi Olanlar İçin Bir Uyarı"



Neleri Tüketiriz

Zaman

Para

Enerji

İnsan Kaynağı

NEDEN TÜKETİYORUZ

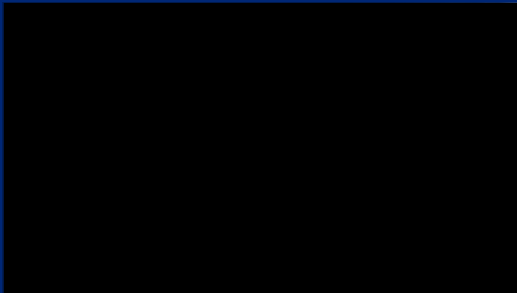
İhtiyaçlarımızı karşılamak için

Mutlu olmak için

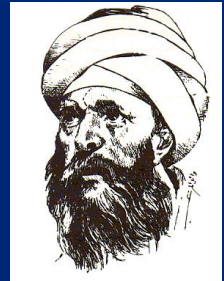
Üretmek için

Egomuzu / kişiliğimizi tatmin için

TÜKETİMLE TATMİN OLUYOR MUYUZ



Mezardakilerin pişman olduğu şeyler için dünyadakiler birbirini yiyor.
Gazali

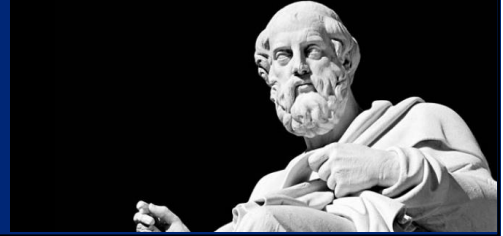


NE ÖLÇÜDE TÜKETİYORUZ

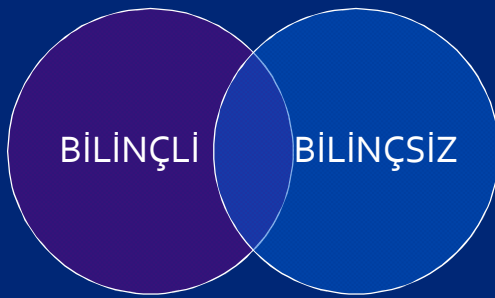
İhtiyaç kadar
İhtiyaç fazlası

Platon

Önemli olan en çok şeye sahip olmak değil en az şeye ihtiyaç duymaktır.



NASIL TÜKETİYORUZ



Nizamul Mülk (Siyasetname)

Ne cimri ne de müsrif olmayacak şekilde yaşamalıdır. Zira halk ya sıkı elli veya malı israf ediyor der.



Fazlalık Çağı

"Her şeyden o kadar çok var ki... Fazlalık çağındayız. Daha fazla seçenek. Daha fazla tüketim. Daha fazla eğlence. Daha fazla rekabet. Daha fazla fırsat. Bir aşırılık dünyasına, bir bolluk çağına girmiş durumdayız."

Kjell A. Nordström ve Jonas Ridderstråle
"Funky Business – Delifışeklik"



TÜKETİMİN SOSYO PSİKOLOJİK TEMELLERİ

- Aşırı tüketim
- Daha fazla tüketim – Mutluluk
- İhtiyaç yanılgısı
- Vazgeçilmez ???
- Olmasa da olurlar
- Reklam ve sloganlar (500 milyar dolar)

İhtiyaçlar ve İstekler

İhtiyaç - gerilim

Harekete geçirme – güdü

İstek

Kültür ve Kişilik

Satın alma gücü - talep



Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



Tüketim Olgusu ve Amaçlarımız

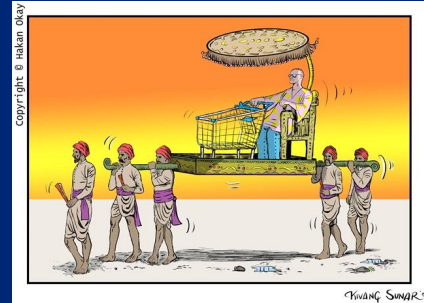
- Kullanıcının kimliğini ifade etme
- Nostalji
- Deneyim
- Sınıflama aracı
- Statü
- Oyun
- Sembol olma

Hedonik tüketim

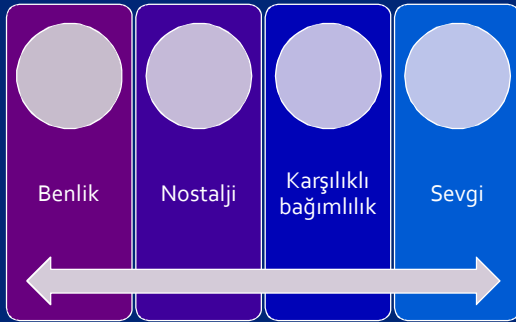
• Deneyime, eğlenceye dayalı ürünler

Faydacı tüketim

• Fonksiyonel ürünler



Hedonik tüketim



Tüketim - satın alma



Satın alma süreci

Adım	Ortaya çıkabilecek faaliyetler
Satın alma öncesi	
1. İhtiyaç görmek	Açlık hissetmek.
2. Seçenekleri aramak	Arkadaşlarından beğenilen restoranların isimlerini almak.
3. Seçenekleri değerlendirmek	Restoranlara telefon edip menülerini görmek.
Satın alma	
4. Satın alma ve kullanma	X restoranına gitmek.
Satın alma sonrası	
5. Tüketim deneyimi ve değerlendirme	Yediliniz yemek sizi doyurmuş ve doyumadığına karar verme.
6. Geribildirim sağlamak	Yediliniz yemek sizi doyumadığından bir porsiyon daha yemek istemek ama yanında gelecek olan pilavı istememek.
7. Satın alma sürecini bitirmek, sonlandırmak	Faturanızı ödeyip restorandan ayrılmak.

Tüketici davranışı içinde görülen bazı faaliyetler

Satın Alma Öncesi Faaliyetler	Satın Alma Faaliyetleri	Satın Alma Sonrası Faaliyetler
Maj azalaré dolasma İnternete dolasma Diğerlerini gözlemleme Satın elemanı ile görüşme Reklamlar ile izleme	Satın almaya karar verme Hangi marka? Ne kadara? Hangi tür? Nereden? Nasıl? Ne zaman?	Ürünü kullanma hazırlama Ürünü kullanma Deneyimini artırma Ödemelerde bulunma Bakımın gerçekleştirilmesi Ürünü elden çıkartma
Ürünler hakkında düşünme Seçenekleri değerlendirme Bilgi kazanma Görüşme Önerileri alma	Ödemeleri düzenleme Ayrıntıya inme Ürünü temin etme Nakliye-montaj	Aileye, arkadaşlara anlatma Satıcıya şikâyet Bir sonraki satın almaya hazırlık

Tüketici davranışı - çevre / kişilik faktörleri
dış faktörler
değişebilen / uyum sağlayabilen



Satın alma



Algı



Tutum

• Tutumun ve öğeleri

• 3 bileşeni

• KENT reklamı

• Ben buna değerim!

Tutum değiştirme



Duygular



Değerler - Kültür



KÜLTÜR

"Bir grup insanı diğerlerinden ayıran zihinsel programlamadır."

G. Hofstede

"Bir toplumun üyesi olarak insanın kazandığı bilgi, sanat, gelenek-göreneklerle, beceri ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür."

F. Taylor

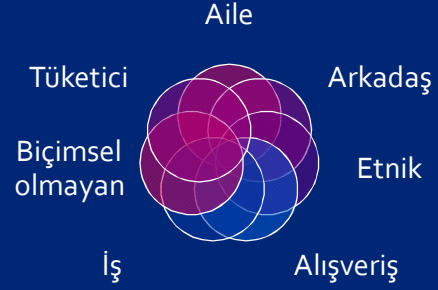
"Bir toplumun tüm hayat biçimidir."

R. Linton

KÜLTÜRÜ OLUŞTURAN FAKTÖRLER

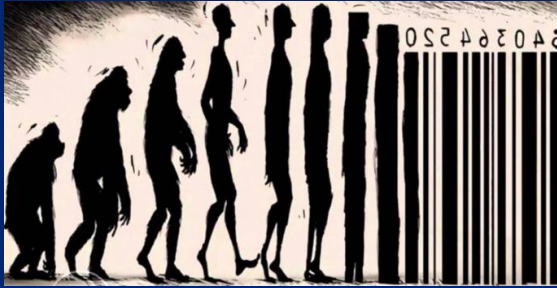
Dil.
 Dīn v̄e īnānçlar.
 Değerler.
 Nōrm v̄e kurallar.
 Örf v̄e ādetler.
 Tūtūmlar.
 Simgeler.
 Yasalar ve ahlak kuralları.

Grup dinamikleri



Değerler - kültür - değişim

Küreselleşme – satın alma



Küreselleşme



- 18 milyar dolar - Kozmetik
- 15 milyar dolar – Parfüm
- Dünyanın yarısı - 2 dolar
- 1,2 milyar kişi - 1 dolar
- Su kaynaklarına ulaşmak
- Golf sahası – Afrika ülkelerinin su ihtiyacı
 - Nijer (13 milyon kişi - % 70 aç)
 - Yeraltı suları

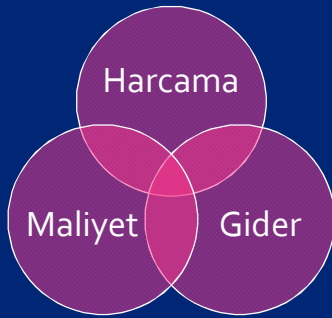
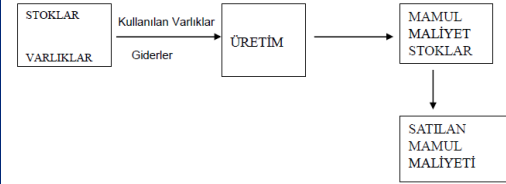
Öneriler...

- ▲ Planlı alışveriş
- ▲ İhtiyacın farkındalığı
- ▲ Bilgi ve tevazuda rekabet
- ▲ Geleceğe yatırım
- ▲ Dünya ve ülke farkındalığı
- ▲ Tüketebilecek kadar satın almak
- ▲ Tasarruf kararlılığı
- ▲ Artırılan kaynakları kullanmak için hedef belirleme
- ▲ Enerji ve tükenbilir kaynakların kullanımı

Maliyet Kontrol

- Genel üretim maliyetleri yüksek
- Ciro büyük, değişken maliyetin toplam maliyetteki oranı yüksek
- Ürün çeşitliliği fazla
- Faaliyetlerin sınıflandırılmasına
- Müşteri sınıflandırılmasında
- Yüksek rekabetin olduğu sektörlerde

Üretim Süreci ve Maliyet Oluşumu



GIDER: İşletmenin faaliyetlerini ve varlığını sürdürülebilmesi ve gelir elde etmesi için belli bir dönemde kullandığı ve tükettiği mal ve hizmetlerin parasal tutardır.

Maliyet: Bir üretim işletmesinin üretimle ilgili olarak kullandığı ve tükettiği mal ve hizmetlerin parasal tutardır. Yani giderin üretimle alakalı kısmı maliyettir olarak ifade edilebilir.

Harcama: İşletme tarafından herhangi bir nedenle para ve çek, senet gibi para benzeri ödeme araçlarıyla yapılan ödemelerdir. Yani her türlü ödeme ve borçlanmadır.

KOBİLERDE GENEL DURUM

ÜRÜN TEKNİK OLARAK BAŞARILI
ZAMANINDA TESLİM
MEMNUN MÜŞTERİ
VERİMLİLİK SEKTÖR ORTALAMASINDA
KURULUŞU İZLEYEN YILLARDA BAŞARILI BÜYÜME
SONRAKİ DÖNEMLERDE YETERSİZ KARLILIK DÜZEYİ

GENEL İNANIŞLAR

SATIŞ HACMİ YETERSİZ, KÂRLILIĞIMIZ BU NEDENLE DÜŞÜK

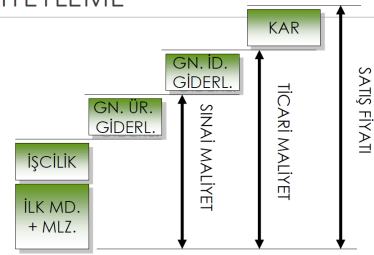
ZOR GÜNLER GEÇİRİYORUZ KRİZ NEDENİ İLE PİYASA KÖTÜ.

PİYASADA ÇOK DÜŞÜK FİYATTAN TEKLİF VERİYORLAR

GERÇEKLER

SATIŞ HACMİNDEKİ ARTIŞ KARLILIĞI ARTIRMİYOR
BAZI ÜRÜNLER KÂRLI AMA DİĞERLERİ ZARARA NEDEN OLUYOR
ÇOK SAYIDA SAVURGANLIK KAYNAĞI VAR
KİMSE NEREDE KAR, NEREDE ZARAR EDİLDİĞİNİ KESTİREMİYOR

MALİYETLEME

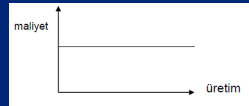
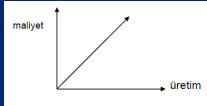


DEĞİŞKEN MALİYET

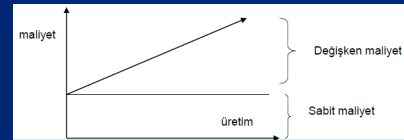
SABİT MALİYET

YÖNETİLEBİLEN

YÖNETİLEMEYEN



KARMA MALİYETLER



HEDEF MALİYETLEME

- Fiyata dayalı maliyetleme
- Müşteriler üzerinde odaklanma
- Ürün Tasarımına odaklanma
- Geniş çaplı katılım
- Değer zincirine katılım
- Ürün yaşam dönemince maliyet azaltımı.

DEĞER ANALİZİ

$$\text{DEĞER} = \text{FONKSİYON} / \text{MALİYET}$$

Bileşenler	Maliyet(\$)	Maliyet Oranı (%)
Merkezi İşlem Birimi (CPU)	18,84	26
Sinyal İşleme Yongası	7,52	10
Telefon Giriş/Çıkış Yongası	3,58	5
Çevresel Yonga	4,65	6
Yazıcı Giriş/Çıkış Devre Anahatları	6,7	9
Faks Sinyal Yongası	4,24	6
Amplifikatör(yükseltici)	9,85	14
Ses Yongası	3,22	4
Bara Denetçi Yongası	2,8	4
Hafıza Yonga	3,96	6
Giriş/Çıkış Kontrol	6,64	9
Toplam Maliyet	72,00 \$	100

MÜŞTERİ FONKSİYON ÖNEM DERECEİ

Müşterilerin İstedığı Fonksiyonlar	Fonksiyonların Önemi Derecesi %	Her Bileşenin Fonksiyonlara Katkısı	Müşteri Önemi Derecesi	
Yüksek Hız	6	24	Merkezi İşlem Birimi (40%) Bara Denetçi Yonga (30) Telefon Giriş/Çıkış Yongası (30)	$0,24 \times 40 = 9,6$ $0,24 \times 30 = 7,2$ $0,24 \times 30 = 7,2$
Hatasız İletişim	5	20	Sinyal İşleme Yongası (45) Telefon Giriş/Çıkış Yongası (55)	$0,20 \times 45 = 9$ $0,20 \times 55 = 11$
Bilgisayar ile uyumlu çalışma	5	20	Merkezi İşlem Birimi (70) Sinyal İşleme Yongası (30%)	$0,20 \times 70 = 14$ $0,20 \times 30 = 6$
Kolay Faks gönderme	4	16	Faks Sinyal Yonga (50) Çevirici Yonga (30) Yazıcı Giriş/Çıkış Devre Anahatı (20%)	$0,16 \times 50 = 8$ $0,16 \times 30 = 4,8$ $0,16 \times 20 = 3,2$
Sesli mail	3	12	Amplifikatör (60) Ses Yonga (40)	$0,12 \times 60 = 7,2$ $0,12 \times 40 = 4,8$
Arka Plan Faaliyetleri	2	8	Hafıza Yongası (50) Giriş/Çıkış Kontrol (50)	$0,08 \times 50 = 4$ $0,08 \times 50 = 4$
TOPLAM	25	100		100

DEĞER ENDEKSİ

Bileşenler	Müşteri Önemi Derecesi (%)	Maliyet Oranı (%)	Değer Endeksi (Önem Derecesi / Maliyet Oranı)	
Sinyal İşleme Yonga	15	10	1,50	Değer Artırımı
Telefon Giriş/Çıkış Yonga	18,2	5	3,64	Değer Artırımı
Çevirici Yonga	4,8	6	0,80	Maliyet Düşürme
Yazıcı Giriş/Çıkış Devre Anahatı	3,2	9	0,36	Maliyet Düşürme
Faks Sinyal Yonga	8	6	1,33	Değer Artırımı
Amplifikatör (Yükselecek)	7,2	14	0,51	Maliyet Düşürme
Ses Yonga	4,8	4	1,20	Değer Artırımı
Bara Denetçi Yonga	7,2	4	1,80	Değer Artırımı
Merkezi İşlem Birimi (CPU)	23,6	26	0,91	Maliyet Düşürme
Hafıza Yonga	4	6	0,67	Maliyet Düşürme
Giriş/Çıkış Kontrol	4	9	0,44	Maliyet Düşürme
Toplam Maliyet	100	100		

5S (KOBETSU KAIZEN)

TERTİP: (GEREKMEYEN HERŞEYİ UZAKLAŞTIR)

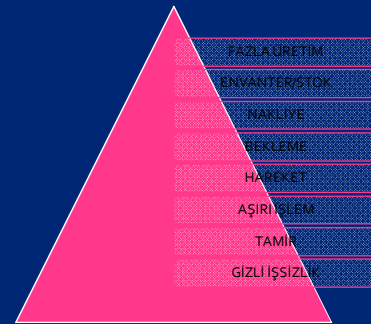
DÜZEN: (GEREKENLERİ SINIFLA VE KALDIR)

TEMİZLİK: (HERYERİ DİP KÖŞE TEMİZLE)

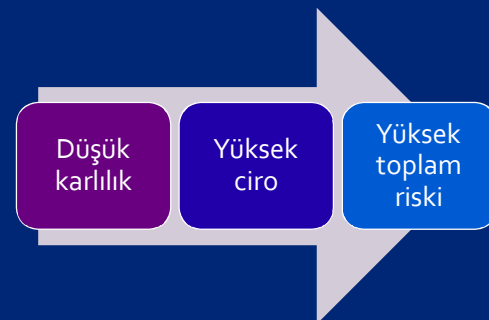
SEBAT: (UYGULAMADA KARARLI OL)

DİSİPLİN: (UYGULAMAYI SÜRDÜR)

SAVURGANLIKLARIMIZ



TASARRUF



Tasarrufa ihtiyaç var mı bizde?

- ⚡ Önceliklerin günlük değişmesi
- ⚡ Çalışma saatlerinin belirsiz ve düzensiz olması
- ⚡ Plan ve bütçe kültürü yerleşmemesi
- ⚡ Sürekli beklenti ve plan dışı harcamalar
- ⚡ Düşük karlılık
- ⚡ Yaygın mobbing
- ⚡ Yaygın mutsuzluk
- ⚡ Planlamada aksaklıklar

- ⚡ Belli aralıklarla beklenmedik olaylar veya kötü sürprizler
- ⚡ Zamanın yönetilmemesi
- ⚡ Uzun ve sonuçsuz toplantılar
- ⚡ Net belirlenmiş görev tanımları olmaması



TASARRUF EDİLEMEZ



KAIZEN, TOPLAM KALİTE

DIŞ KAYNAK KULLANIMI (OUTSOURCING)

TAM ZAMANINDA ÜRETİM

İŞ ETÜDÜ

İŞ ÖLÇÜMÜ

İŞ BASITLEŞTİRME

İŞ ZENGİNLEŞTİRME

İŞ ROTASYONU

İŞ ROTASYONU

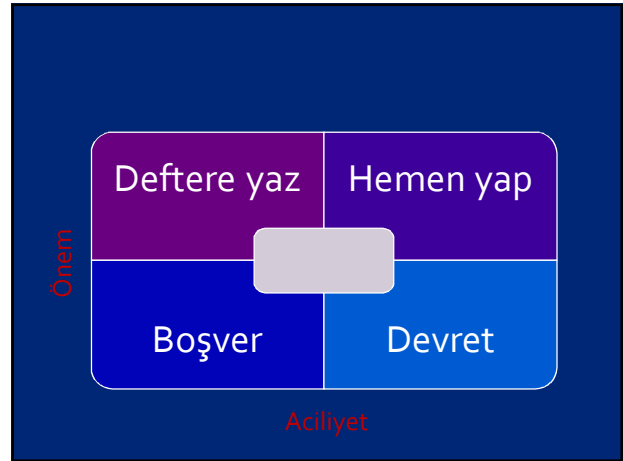
TOPLANTI KÜLTÜRÜ

- ⚡ Zamanında başlamak
- ⚡ Sabit bir gündem olmuyor / ilgili belgeler
- ⚡ Bitiş zamanı
- ⚡ Karar alma ve kararları takip etme
- ⚡ Batı Kanadı Toplantıları

Zaman Yönetimi

- ▲ Dikkat dağıtıcılarla başa çıkma
- ▲ Zaman hırsızları (Dedikocular, Sızlanma, Çıracık, Tarihçiler)
- ▲ Hayır diyebilmek
- ▲ Zamanı dilimleme
- ▲ Ertelememek
- ▲ Kusuratlari biriktirmek
- ▲ Öncelik ve aciliyet belirleme

k



- Enerji kontrolü
- Üretimi kısma
- Stok azaltma
- İşten çıkarma

- Aksa sıfır mesai
- Meteksan, video konferans ve sanallaştırma teknolojileri, doğal ışık, fotosel
- Metro, eksik mesai
- Hürriyet, evden çalışma
- Demir çelik şirketleri, elektriğin ucuz olduğu gece saatlerinde üretim
- THY, Uçakların su tankını doldurmama
- Soyak Holding sensörlü musluk, batarya ve elektrik donanımları

- Coca-Cola, Yalın 6 Sigma'nın Yeşil Kuşak projeleriyle enerji tasarrufu, sevkiyat, kutu hattı verimliliği
- Süzer Holding, dijitalleştirerek kağıtsız çözümle
- Zorlu Holding Tekstil Grup stok maliyetlerinin düşürülmesi, ucuza alım
- Hayat Kimya stok kalmaması, tahsilatların zamanında yapılması
- Hes Kablo stok kontrolü, hızlı üretim, teslimat, devier hızı, finansman maliyeti

- Aras Işıklara sensör, franchising, tek transfer merkezi
- DHL, seyahat ve eğlence giderleri azaltıldı her çalışanın aktif katılımı
- Koton, i atılan askılar, ambalaj, araç havuzu
- Silk & Cashmere, Klima 2 derece düşürüldü, katalog boyutu küçültüldü ve inceltildi, gerekmedikçe print alınmıyor
- İnci, asansöre kısıtlama, ısıtma derecesi, haberleşme harcamalarına sınır, ulaşım araçlarına sınırlama, aynı yönde giden araçlar, ortak alanların aydınlatmaları

İCRA ALANLARI

- 1.Kargo giderlerinizi düşürmek
- 2.Enerji tasarrufu yapmak
- 3.Akaryakıt giderlerini düşürmek
- 4.Araç takip sistemi kullanmak
- 5.Sigorta poliçelerini ihtiyaca tam uygun hale getirmek
- 6.Yemek giderlerinizi düzenlemek
- 7.Devlet desteklerinden yararlanmak
- 8.Geri dönüşümden faydalanmak
- 9.Kağıt belge yerine elektronik ve imzaya belgeye geçmek
- 10.Su tasarrufu yapmak

11. İklimlendirme tasarrufu yapmak
- 12.Zorunlu olmayan dekorasyondan tasarruf yapmak
13. LED ve CFL, güneş ışığından maksimum faydalanmak
- 14.Telekonferanslar yapmak
- 15.Toplantılara zaman sınırlaması yapmak
- 16.Uzaktan çalışma sistemlerini düşünmek
- 17.Bütçeleme yapmak
- 18.Daha fazla eğitim, daha nitelikli ekip

ÖNERİLER

- ▲ FINANSAL VERİMLİLİĞİ ARTIRMA
- ▲ B2B SATIŞTA TALEP OLUŞTURMA VE YÖNETİM
- ▲ PAZARLAMADA İNTERNET KULLANMA
- ▲ STOK YÖNETİMİ
- ▲ DURAN VARLIKLARDA FINANSAL KİRALAMA
- ▲ İŞLETME SÜREÇLERİNDE DEĞİŞİM MÜHENDİSLİĞİ
- ▲ MALİYET VE RISK İÇİN STRATEJİK ORTAKLIKLAR
- ▲ ESAS İŞLEV DIŞINDA DIŞ ATIN ALMA
- ▲ PARAKENDE VE DİSTİRBİTÖR AĞI
- ▲ UZUN SÜREDE TESLİM VE KISA SÜREDE TESLİM MALİYETİNİ KARŞILATMA
- ▲ TURUNDURMA İÇİN DAHA UCUZ VE AZ PROMOSYON

İHTİYAÇ VE İSTEK

"Benim deneyimlerime göre, pek çok kişi neyin gerekli olup neyin istendiği arasında net bir ayırım yapamaz. Bu iki konu arasında net bir çizgi çekip bu çizgiyi korursanız, "şirket ihtiyacı" olarak görülen şeylerin aslında başka şirketler sahip olduğu için "istenen şeyler" olduğunu anlarsınız. Öyleyse, şirketinize katacağınız şeyleri ancak gerçekten ihtiyaç duyulduğunda almalısınız – daha önce değil" – Brennan White, CEO - Watchtower

Pazarlık

"Çoğu kişi hemen hemen hiç pazarlık yapmaz, ya da mal satın aldıktan kişiye fiyatta indirim yapıp yapamayacağını sormaz. İndirim istemek, satıcının genellikle sizin düşündüğünüzden daha düşük bir fiyat vermesine neden olur. Eğer sundukları fiyat yeterince cazip değilse, o zaman sizin için özel bir fiyat vermesini isteyebilirsiniz." –Brandt Page, kurucu ve CEO - Launch Leads

Lüks bir ofis

"Bir ofis sahibi olmak insanı dünyadan uzaklaştırabilirdiği gibi, bugünkü koşullarda hiç de gerekli olmayan bir gider kaynağıdır. Günümüzde yeni nesil yatırımcılar ve iş adamları için oluşturulmuş pek çok geçici ofis ve ortak çalışma ortamları (kafeler, halka açık alanlar vs. gibi) bulunmaktadır. Bu tür alanlar, hemen hemen bedava olmalarının yanı sıra, büyüme, yaratıcılık ve iletişim olanaklarını da arttırmaktadır." – Audra Clemons, Yön. Kur. Bşk - Audra Clemons Media Services

İş sistemleri

"Para tasarruf etmenin en iyi yolu bir sistem oluşturmaktır. Böylece sadece tasarruf etmekle kalmaz, aynı zamanda tüm iş süreçlerinizi kolaylaştırmış olursunuz. Her şey sistematize edilebilir – şirketinizin eleman alım sürecinden, müşteri başvurularının nasıl yönetileceğine kadar." *Courtney Smith, Bşk. Yardımcısı - Lakeside Group Associates*

Sıradan işleri başkasına

"Çoğu girişimci, işleri kendileri yaparsa daha hızlı ve daha iyi sonuç alacaklarına inanır. Ama uzun vadede, bu tür işleri başkalarına bırakıp zamanlarını daha önemli işlere ayırmak yerine kendi elleriyle yaparak daha fazla para ve zaman harcadıklarını görecektir." *Richard Savoie, Kurucu ve Şirket sahibi - Engineers Looking For Stuff*

Yetenekli bir çalışma ekibi

Ekibinizde doğru bir yetenek havuzu oluşturarak, o çok masraflı olabilecek işleri ve faaliyetleri kendi bünyenizde halledebilirsiniz. Bize 2.000 – 10.000 Dolarlık bir maliyet getireceğini ön gördüğümüz web sitemiz, ekibimiz tarafından tasarlanıp geliştirildiği için bize bedavaya geldi". *Daquan Oliver, CEO - Jossle*

Kaliteye göre yatırım

"Büyük babam her zaman 'ucuz şeyler alacak kadar zengin değiliz' derdi. Kastettiği şey, ucuz şeylerin daha çabuk bozulduğu ve durmadan yenilenmeleri gerektiği idi. Ucuz bir ürün satın aldığınızda, ilk başta daha az para harcamış olabilirsiniz. Ama bu ucuz ürün uzun vadede, daha kaliteli bir ürün almak için harcayacağınız paradan daha fazlasına mal olacaktır. Tasarruf etmek istiyorsanız, küçük işletmeniz için kaliteli ürünlere yatırım yapın." *Vladimir Gendelman, Kurucu ve CEO - Company Folders*

İş süreçlerinizi otomatik bir sistem

"Tekrarlanan manuel işlemleri mümkün olduğu kadar otomatik bir hale getirmeye çalışın. Muhasebe uygulamalarında bir ürünün değeri, gelecekte sağlanacak karın bugünkü net değerine göre belirlenir. Aynı şekilde, maliyetlere baktığınızda da zaman alıcı işlemlerin bugünkü net değerini hesaplayabilirsiniz. Bir süreci otomatik hale getirmek için gereken başlangıç yatırımı, şu anki durumu sürdürmek için gereken maliyetten daha az ise, o zaman otomasyona yatırım yapın." *Benjamin Sann, Kurucu ve CEO - BestParking.com*

Finansal kontrol

"Çekleri siz imzalayın! Para tasarruf etmek isteyen birine verebileceğim en iyi tavsiye budur! İmzaladığınız her çek ile, paranızın nereye gittiğini ve ne kadar harcadığınızı görebilirsiniz. Böylece, maliyet azaltıcı fırsatları yakalamak için daha yaratıcı fikirler geliştirebilirsiniz." *Joe Miller, Kurucu Ortak ve COO - HourlyNerd*

İhtiyaç – imkan - maliyet

"Kendinize önce 'buna gerçekten ihtiyacım var mı, yoksa istiyor muyum?' diye sorun. Eğer sadece istiyorsanız, almayın. Bir sonraki soru ise, 'gerekli imkanım var mı?' olmalı. Eğer varsa, devam edin. Son olarak da 'bu maliyete değer mi?' sorusunu sorun. Bu soruyu cevaplayabilmek için, yapacağınız yatırımın neden yararlı olacağı ve bu maliyete değip değmeyeceği konusunda zihinsel bir liste oluşturarak gerekli olup olmadığına karar verin. *Joshua Weiss, CEO - TeliApp Corporation*

Pazarlama maliyetlerini takip

"Müşteri ilgisini ve satış dönüş süreçlerini yakından izlemek için sağlam metotlar kullanarak, çek hesabınızı eriten pazarlama faaliyetlerini tespit edin. Bunu yapabilmek için, yürüttüğünüz her TV, radyo, basılı yayın, bülten ve tıklama başı ödeme kampanyanız için özel telefon numaraları, web sitesi hedef sayfaları ve e-mail adresleri kullanın. Tüm müşteri dönüşlerini tek bir telefon numarasına yönlendirme hatasına düşerek, sonradan size nasıl ulaştıklarını hatırlamalarını beklemeyin." *Jonathan Prichard, Yön. Kur. Başkanı ve CEO - Mattress Insider*

Eleman fazlalığı

"Ona gerçekten ihtiyacınız yoksa işe eleman almayın. Pek çok yeni kurulan şirket, aslında gerekli olmayan pozisyonlar için eleman alır. Bu hatayı daha önce ben de yaptım ve bana on binlerce dolara – hatta diğer masraflarımdan çok daha fazlasına - mal oldu." *Chris Kilbourn, Şirket sahibi ve CEO - TOFU Marketing*

Temel muhasebe

"Muhasebe işlemlerini öğrenmeniz, sadece yarı zamanlı bir muhasebeciye ödeyeceğiniz ücretten tasarruf etmenizi değil, mali konuların da bulunmaları gereken yerde – yani en önemli noktada olmalarını sağlar. Kendi hesaplarınızı tutmayı öğrenerek, işinizin nabzını sürekli izleyebilirsiniz. Muhasebenize hakim olmanız, bir mali müşavire pek çok şirketin ödediğinden çok daha düşük bir ücret ödemeniz anlamına gelir." *Nick Francis, Kurucu ortak ve CEO - Help Scout*

İLGİ
VE
SABRINIZ İÇİN
TEŞEKKÜRLER