

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU
Gazeteciler Sitesi, Hikaye Sokak 7/1, Esentepe 80300, İstanbul Tel. 174 15 80

Grafik tasarım dünyasının görünmeyen, yazılmayan "küçük" sorunlarından bazılarını ele alan bu yazılar bilindiği zannedilen, küçük görülen sorunların daha iyi farkedilmesini amaçlıyor. Yazılar, How Dergisinin 1988 iş dünyası özel sayısından derlenmiştir.

Muhasebe Yetkilinizi Nasıl Seçmelisiniz?

W. Joseph Gagnon, Grafik Tasarımcısı

Muhasebe yetkilinizi seçerken dikkate alınması gereken en önemli husus onunla aranıza kurulacak iletişim olmalıdır. Birbirinizi işle ilgili ve diğer kişisel konularda anlamıyorsanız, onun muhasebe dünyasında bir "dahi" olması bile pek bir şey değiştirmez.

Kendisine tüm mali konularda sonsuz bir güveniniz olması gerekir. Muhasebe yetkilinizi yalnızca iş danışmanı olarak yorumlama hatasına düşmeyin; şahsa ait şirketlerde, siz ve işiniz en azından vergi ve muhasebe açısından aynı kişi sayılırsınız.

İletişim kuramadıkça ilişki kurmanız da olanaksızlaşır. Muhasebe yetkilinizin ifadesi veya kelime seçimi sizi sürekli şaşkın bırakıyorsa, kusurun kimde olduğuna bakılmaksızın yeni bir yetkiliye ihtiyacınız var demektir. Siz onu anlamıyorsanız, emin olun o da sizi anlamakta güçlük çekiyordur.

Bir muhasebe yetkilisine karar vermeden önce en az üç yetkiliyle görüşmeniz gerekir. En iyisi onlara söyleşi sırasında mali durumunuzla ilgili sorular yönelmek. İşinizin bir sonraki yıla ait mali planlarını ortaya koyun ve düşüncelerini sorun. Diğerlerinin söylediklerinden çok farkı şeyler söylüyorsa, ya dahidir ya da kaybetmeye mahkum bir kişi. Hangisi olduğunu keşfetmek için önerilerinin arkasındaki gerçekleri öğrenmeye çalışın. Size fikir verebilecek bir kaç soru örneği verelim şimdi:

1. Sağlık sigorta giderlerinin bir kısmını şirket gelirlerinden kesme olanağı var mı?
2. Şahsıma ait arabanın şirket işlerinde kullanılmasının sağladığı

kesinti tutarı ne kadardır? Görüştüğümüz her muhasebe yetkilisine içinde bulunduğunuz belirli durum hakkında soru yönelmek iyi sonuçlar verebilir. Örneğin, geçen yıl hak kazandığınızı kesintiyi anlatın ve bu yıl da geçerli olup olamayacağını sorun daha sonra geçen yıl başvurduğunuz yol hakkındaki görüşünü sorun. Doğru hareket ettiğinizi kabul ederse ya da daha başka bir yolu akla yatkın bir mantık çerçevesinde açıklayabilirse aynı dilden konuşuyorsunuz demektir. Eğer ilgili ve konusunda uzman bir muhasebe yetkilisi istiyorsanız ayda \$200-\$400 arasında bir rakam ödemeyi göze alın. Dolgun bir maaşla çalıştığı zaman sizin tüm iş sorunlarınızı sizinle birlikte üstlenmeyi kabul etmeli veya sizi etkileyen sorunlarınız için yeni planlar yaptığında kendi inisiyatifini ile sizi aramalıdır. Sadece muhasebe kayıt ve defterlerinizi tutacak bir elamana ihtiyacınız varsa ayda \$40-\$75 gibi bir maaş ödememiz yeterli olacaktır. İşinizin boyutlarına ve içerdiği güçlüklerle bağlı olarak işe alacağınız üstün nitelikli bir uzman, işinizin kârlı yönetilmesini sağlayarak aldığı maaştan çok daha fazla katkıda bulunacaktır.

Kurumsallaşmak

Abe Dane

Yaptığınız iş için en uygun şirket yapısını seçmeniz başarı ihtimalinizin oranını yükseltecektir. "Hobinizden iş hayatına atıldığınız zaman, organize olmanın yollarını tartmaya başlamamanız gerekir", diyor New York'taki Consulting Circle Group'un vergi danışmanı Howard Blecker. Bu işin şaşırtıcı alternatifleri arasında şirket veya "S" şirketi kararı yatıyor. Bir ortaklık şirkete dönüştürüldüğüne, ortaklar kendileri dışında sürekliliği olan bir mali ve yasal kişilik yaratmış olurlar. Hem bu şirketin maaşlı elemanları hem de sermaye paylarından ötürü sahipleri olurlar. İşin günlük faaliyetleri temelde aynı kalır. Kurumsallaşmanın sağladığı yararlar ve sakıncalar, işin yasa ve vergi açısından değişen yapısından ve hisse senedi olarak sahiplik hakkının devredilmesinden kaynaklanır.

New York'taki Berger and Steingut

şirketinde dava vekili olarak çalışan Marc Jacobson'un resmini çizdiği şekliyle kurumsal yapının temel özellikleri şöyle:

Bir çok iş faaliyetinde, kurumsallaşmanın temel nedeni kişisel sorumluluğu koruma altına almaktır. Şirkette çalışan birinin şirket adına yürüttüğü bazı fiiller yasal takibatla sonuçlandırıldığında, gündemde olan şirketin hisseleridir. Çalışan veya hem çalışıp hem de ortak olan kişinin mallarına el konulması gibi bir tehlike yoktur. Bununla birlikte, bir çok eyalette tasarım sanatçıları gibi bir çok meslek mensubu, ortaya çıkabilecek bir çok sorumluluğa karşı korunamamaktadırlar. Bir doktorun, mesleğinin kurumsallaşıp kurumsallaşmadığına bakılmaksızın yanlış tedavi durumunda dava edilebilmesi gibi bir tasarımcı da telif hakkı ihlalinin doğan zararlara karşı kişisel olarak sorumlu tutulabilir. Sorumluluğa karşı kurumsallaşarak korunma bu nedenle eyalet yasaları ve mesleğinizin size getirdiği sorumluluk riskleri açısından değerlendirilmelidir.

Kurumsallaşmanın diğer bir yasal sonucu da telif haklarının süresinde ortaya çıkan değişimdir. Bir şirket elemanı olarak ürettiğiniz iş için hak kazandığınız telif hakkı süresi 75 yıl iken, bireysel çalışmalar işi yapanın ölümünden sonraki 50 yıla kadar korunur. Ancak, şirket elemanlarının bireysel olarak telif hakkı kazanma seçenekleri geçerli kalacaktır. Eğer şirkete münhasıran bir lisans hakkı tanırsa etkisi temelde bir çalışan olarak hak kazanmakla aynı olacak ancak, süre yine çalışanın ölümünden sonraki 50 yıla kadar koruma sağlayacağı için yetişkin sanatçılar için avantaj sağlayacaktır.

Yeni vergi yasaları, kurumsal statüye geçmeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak, yine de kurumsallaşmayı gerekçeleyen sayısız neden sayılabilir.

Bunlardan belki de en önemli şirket statüsünde sağlanan emeklilik avantajlarıdır. Bireysel çalışanlara uygulanan Keogh planları gibi, şirket emeklilik planları da katılanlara emekliliklerinde, geri alana kadar gelirlerinin bir kısmına vergi istisnası tanır ve bazı avantajlarda Keogh planlarından çok daha üstündür. Birincisi, vergiden muaf tutulan gelir tasarrufu yılda 90,000 dolara kadar çıkabilir. Sadece gelirinizin %25' ini aşmamak kaydıyla. Keogh ise sizi yılda %20 veya 30,000 dolar sınırı ile kısıtlar.

Yapılan vergi reformlarının maalesef şirketler açısından olumsuz etkisi, bireylere kıyasla kurumların gelir vergisi oranını fazla yükseltmiş olmasıdır. Küçük bir şirketin kazancı büyük ölçüde maaşlara gitse ve sadece ücret kazananın açısından vergilendirilirse de yeni oranlarda acımasız sonuçlar yaratacak

yanlışlıkların yapılması her zaman mümkündür. Örneğin, tenzil etmeyi unuttuğunuz ve sonradan çalışanlara ödediğiniz şirket gelirinden hem kurum geliri, hem de birey geliri olarak %50 oranında vergi ödemek durumunda kalabilirsiniz. Vergi Dairesi maaşınızı "makul olmayan ödeme" olarak nitelendirirse, hesap yanlışlığı yapmasanız bile çifte vergi ödemeye zorunluluğuyla karşı karşıya bulabilirsiniz kendinizi, aldığınız ücreti hakemediğinizi düşünürlerse, bir bölümünü kâr payı olarak niteleyip, sonradan size ve şirkete karşı vergilendirebilirler. Buraya kadar anlatmaya çalıştığımız en önemli nokta, kurumsallaşmanın oldukça çok sayıda karmaşık ve çatışan unsurları içermesi bakımından ayrıntılı düşünülmesi gereğidir. Birkaç danışmana ihtiyacınız olabileceği gibi kurulduktan sonra da ayakta kalabilmek için bir kaç bin dolar harcamanızı gerektirebilecektir. Yürütülmesi gereken bazı formaliteler de cabası, tabii!

Bir Ortakla Çalışmak

Anise Wallace

Ortaklık taahhüdüne girmeden önce profesyonellerin, birbirlerine çeşitli sorular yönelterek belirsiz bir nokta bırakmamaya çalışmaları yeterli değildir. Ortaklığın bozulması olasılığına karşı kendilerine koruyacak bazı yöntemlere de başvurmaları gerekir. Ortaklık anlaşmaları konusunda deneyimli avukatlar profesyonellere pembe gözlüklerini çıkarıp, herhangi bir ortaklığa girmeden önce bazı sorunları öngörmelerini salık verirler. New York'taki Whitman Ransom'un ortaklarından Richard N. Tilton bir iş ortaklığının keşfedilmesi gereken en önemli alanlarından birinin tasfiye veya satış halinde işin değerlendirilmesi olduğunu söylüyor. Ortaklardan biri ayrıldığında şirketteki payların defter değeri (kabaca aktiflerden pasiflerin çıkarılmasıyla bulunacak değer) üzerinden satması mümkün olabilecek mi ya da bu satış daha önceden saptanmış olan kazanç katsayılarında mı yapılacak? Ödeme götürü usulde mi yerine getirilecek yoksa bir kaç yıla mı dağıtılacak? Şirket, birçok muhasebe uzmanı tarafından yönlendiriliyorsa, bunlar, şirketin itibarı, sanayi kesimindeki kimliği gibi maddi olmayan değerlerini nasıl tesbit edecekler? "Bir grafik tasarım şirketini bu açıdan değerlendirmek çok güç iştir", diyor Tilton. Tilton'a göre diğer sorunlu bir alan da şirketin gizli belgeleri ve sermayedar listesi. Bir tasarım sanatçısı kurulu bir ortaklığa katıldığında, müşteri hakkındaki

bilgiler, mektup gönderilenlerin listesi gibi belgelerle karşılaşacak ortaklar, aralarından birinin ayrılması halinde gizli bilgi ve belgeleri nasıl korumaları gerektiğini mutlaka görüşmeliler. Bu işin en ideal olanı, tüm aktiflerin ortaklık adına kayıtlı olması. Kira sözleşmesinin ayrılan ortağın üzerine olduğunu farzedelim; sorun çıkma olasılığı oldukça yüksek.

İki ortak durumunda, hiç bir belirsiz nokta bırakılmamalı. Bir ortağın veto hakkı mı var? Belki de ortaklardan birinin bazı kararları veto etme hakkı var ama diğerleri için oy birliği gerekli. Kredi, harcama, tazminat gibi konularda görüş birliğine varmaları gerekiyor mu?

Tazminat, harcamalar ve kâr dağıtımı gibi hususlar da nazik tasarımları oluşturuyor. Tilton, tasarımların sanatçıların harcamalar konusunda görüş birliğine varıldığını sandıkları an hoş olmayan sürprizlerle karşılaşabileceklerini söylüyor. Örneğin, ortaklardan biri bugün öğlen ve akşam yemeği ile pahalı bir şirket arabası sağlanmasını makul harcama olarak nitelendirirken, diğeri müsriflik olarak tanımlayabilir. Ortaklar yıl sonunda elde edilen kârı ne yapacakları hakkında anlaşmaya varmalıdır. Sürekli olarak kâr dağıtımını yapmaları mı gerekiyor? Yoksa bünyede tutup, sermaye yatırımına mı gitmelidir? "Herkesin işe karşı belirli bir sorumluluk anlayışı olmalı", diyor Tilton. "Eğer nakit akımı onlara birşey ifade etmiyorsa, ciddi sorunlarla karşılaşma olasılıkları yüksek. Daha sorulması gereken çok soru olduğuna inanıyor Tilton. Bu nedenle tasarım sanatçıların bu sonuçların karşılıklı açığa kavuşturulması için zaman ayırmalarını ve mutlaka ortaklık anlaşmalarında ele almaları gerektiğini söylüyor.

Lisans verme: Tüm Haklarınızdan Daha Azını Satmak

Caryn R. Leland, Avukat, New York'tan güzel sanatlar ve ticari amaçlı sanatlarla uğraşan birçok tasarımcı ve sanatçıyı temsil ediyor.

Telif hakkı sahibi olmak lisans haklarının başlıca kaynağını oluşturur. Ürünün örneklerini çoğaltma ve satma hakkını tanıdığı gibi türevsel ürünlerin (bir illüstrasyonun afiş uygulaması gibi yapılan işten türetilen diğer ürünler) hazırlanıp satılması olanağını da tanıyor bu hak. Bu fiziki olmayan haklar, yapılan fiziki işten ayrı bir konu. Bir kaç sınırlandırmaya tabi olarak devredilebiliyor veya ayrıca satılabiliyor.

Bir ürünün telif hakkını kavramsal olarak bir "pasta" olarak

düşünürsek telif hakkı sahipliği, ticari kullanım için pastayı dilimlere kesme hakkını tanıy sahibine. Dilimlerin satışı ise lisans düzenlemesi olarak tanınır. Anlaşma ile tanınmayan tüm hak ve kullanımlar (pastanın dilimleri) lisansı veren tarafta kalıyor ve başkalarına verilebiliyor. Başarılı lisans verme işleminin odak noktasını, pastanın dilimlerinin akıllıca kesilmesi, yani bir imajın tekrar eden kullanımlar için satılabilmesini oluşturuyor. Örneğin, aynı duvar kağıdı deseni için, çarşaf veya havlu veya banyo perdesi üreticisine lisans verilebilir. Lisans anlaşması genelde, lisans alana söz konusu tasarımı sınırlı amaca yönelik olarak (duvar kağıdı deseni örneğinde olduğu gibi) belirli bir süre için (2 yıl) ve belirli sınırlar içinde (ABD) kullanım hakkını verir. Bu hak karşılığında lisans alan, lisansı verene "royalty" ücreti öder. Pastanın dilimi ne kadar büyük olursa, haklar o ölçüde genişler ve tabii "royalty" ücreti de o oranda artar.

Bir tasarım için verilen lisans hakkı, belirli bir pazarda ürünlerin üzerinde kullanılması için ya bir kişiye münhasıran verilir ya da tasarımın aynı ürünlerde aynı yerde kullanılmasını sağlayacak şekilde diğer kişilere de aynı hak tanınır. Birinci durumda ödenen "royalty" ücreti tabii ki karşınıza hemen bir rakip çıkarmaması nedeniyle çok daha yüksek olacaktır. Yaz aylarında New York'taki Jacob Javits Convention Center'de yapılan gibi, lisansla ilgili ticari gösterilerde lisans dünyası hakkında çeşitli bilgi kaynaklarına ulaşılabilir. Orada, bir tasarımcı diğer tasarımcı/lisansörlerle karşılaşıp lisans verme için uyguladıkları yöntemler hakkında bilgi edinebilir. Daha da önemlisi, tasarımcılar kendi ürünlerini sergileyebilirler (ama yetki verilmeden kullanıma karşı koruyucu önlemleri hiç bir zaman unutmadan). Lisans verilen ürünlerin temsilinde ihtisaslaşmış aracı veya şirketler bu gösterilere katılarak yeni tasarımcı ve resimleme sanatçılarına yeni müşteri olarak angaje etmeye çalışırlar. Bir çok tasarımcı ve resimleme sanatçısı, kimin potansiyel bir lisans alıcısı olduğunu veya işe nasıl başlamaları gerektiğini bilmeyecek kadar acemidirler. Bu tasarımcılar için lisans aracılıyla kurulacak ilişkiler (ki bunlar bir ücret karşılığı ürünü potansiyel lisans alıcılarına gösterip şartları müzakere ederler) önemli yararlar sağlayabilir. Bu aracılardan ücretleri, tasarımcıya bir lisans altında ödenen ücret ve "royalty" ücretinin en az %20'si ile normal uygulamada, %40-50'si arasında değişir. Lisans anlaşması için olduğu kadar, tasarımcının lisans aracısının temsilciliği konusunda da hukuk danışmanlığına ihtiyacı olacaktır. Tasarımcılar için tarzını ve

müşterileri belirlemeli; üstelik geniş kapsamlı -yani aracı ile tasarımcı arasında tekeli bir ilişki yaratan anlaşmalardan sakınmalıdırlar. Bu tür anlaşmalar zaman içinde, tasarımcı başarıya ulaşıp ürününü kendi pazarlayabilir duruma geldikçe kısıtlayıcı bir unsur olarak çıkar karşılıklarına.

Fikrinizi Güvence Altına Almak

Bir çok tasarım sanatçısını ve yaratıcı fikir sahibini, özellikle fikri geliştirme aşamasında açıklama yapma gereği ile karşılaştığında bekleyen tehlike, ödeme gerçekleşene kadar buluşlarının paylaşılmasını önleyememektir. Tasarım ürününüzü veya tasarım fikrinizi doğrudan doğruya veya dolaylı olarak satarken, fikrinizi güvence altına alabilmek için bazı yöntemlere başvurulabilir. Bu nokta yasaların çok nazik ve gizli bir alanını oluşturmaktadır. Bir tasarım sanatçısına bu konuda zırlı bir koruma sağlamak hemen hemen söz konusu değil. Bu nedenle, bir tasarım sanatçısının telif hakkı, lisans, marka ve ticari gizlilik yasaları gibi konularda bir profesyonelin görüşlerine mutlaka başvurmaları gerekir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus, bir Gizlilik Anlaşması yapıp, tasarım sanatçısının yapacağı açıklamanın kendi izni olmadan ve ödeme gerçekleşmeden kimseye açıklanmayacağı ve son derece gizli olduğunu güvence altına alana kadar tasarımcının üçüncü şahıslara "fikrini" açıklamak konusunda aceleci olmaması. Böyle bir Anlaşma yapılmadan "fikrin" açıklanması, tasarımcıyı, bu "fikrin" kullanılmasını önleme haklarından mahrum edecektir. Birçok şirket, tasarım sanatçısı kendileriyle Açıklama/Feragat Anlaşması imzalayıp, aralarında gizli bir ilişki bulunmadığını, şirketin, tasarımcının önerilerini kullanma konusunda serbest olduğunu ve hatta aralarında ödeme konusunda yazılı bir sözleşme olmadan ücretten feragat ettiğini kabul etmedikçe herhangi bir fikir üzerinde tasarımcıyla görüşme yapmamaktadır. Böyle bir Anlaşma hiç olmayabilir ve sonuç olarak tasarımcı fikrini hiç bir ücret almadan açıklamış olur. Şirketin Açıklama/Feragat Anlaşması konusunda ısrarlı olduğunu ve tasarımcının başka şekilde "fikrini" üretim sürecine koyamayacağını anlaması üzerine ne yapılabileceğini düşünelim. Böyle bir durumda alacağınız riski iyice kavrayın ve değerlendirin ve mümkün olduğu kadar kendinizi güvence altına almaya çalışın. Şirket temsilcisiyle görüşmeden önce "fikrin" ne olduğunu ve kime ait olduğunu gösteren kayıtlar tutun ve bir nüshasını hukuk danışmanınıza veya diğer üçüncü

bir kişiye göndererek "fikrin" ne zaman yaratıldığına dair kanıtlar oluşturun.

Şirkete, "fikri" görüşmek için toplantı yapılacağını teyid eden bir yazı gönderin. Toplantının tutanaklarını tutun. Şirket defterini imzalayın. Yine de bunlar bir Gizlilik Anlaşması imzalamak kadar etkili olmayacaktır.

"Fikir", bir çizim, taslak veya modele dönüştürülüyorsa, açıklanmadan önce tasarım sanatçısının telif hakkı notu bunların ve diğer tüm tanıtım malzemeleri ile fotoğraf ve slaydların üzerinde olmalıdır. Söz konusu olan herhangi bir metin yazarın adına telif hakkı notunu taşımalıdır. Eğer, kavram bir marka adı ile tanınıyorsa, tanıtım malzemelerinde söz konusu marka adı bulunmalıdır. Marka adı ile birlikte bir de marka simgesi kullanılmalıdır. Bu yöntemler kısıtlı da olsa da bir ölçüde güvence sağlayabilmektedir.

İş Planı Yapılması

Clint Willis

Para gereksinimi ortaya çıkmadan önce iş çevresinde pek iş planı yapana rastlanmaz. Bu günlerde kredi verenlerin ciddi olduğuna inanmanın en etkili yolu bir iş planı olabilir. Ancak iş planı yapmanın tek nedeni bu olmamalıdır.

Business Consulting Associates, Inc.'de başkanlık görevini yürüten John Perdue "İyi planlamayla iş başarınız artacaktır" diyor ve şöyle ekliyor; "Bazıları iş onları nereye götürürse ilerlerler. Sadece müsait olduğu için birini işe alırlar; veya evet dememeleri gereken müşterileri kabul ederler. Aslında bir plana ihtiyaçları vardır."

Bir iş planının en önemli araştırma projesini oluşturması gerekmez. Siz ve diğer çalışanlarınız büyük bir olasılıkla bu planda yer alması gereken bilgileri zaten biliyorsunuzdur. "Bir uzman ekibini işe almanız gerekmiyor", diyor Perdue. "Yapmanız gereken oturup düşünmek."

Asıl mesele eldeki bilgileri birleştirmek, üzerinde düşünmek ve daha sonra harekete geçmek. Meslektaşlarınızın plan geliştikçe "beyin fırtınası" ve eleştiri oturumlarına katılmalarını sağlamak bu konuda yardımcı olabilir. Şirketi, bir çok firmaya iş planlaması yaparken yardımcı olan Perdue, müşterilerine aşağıdaki şema çerçevesinde dört bölümden oluşan bir plan yapmalarını salık veriyor.

GERÇEKLER: Pazarınız ve işiniz hakkındaki mevcut tüm verileri yazarak işe başlayın. Kilit noktalar, hasılat ve kâr, personelin güçlü ve zayıf olduğu noktalar ve rekâbet şartlarını içermekte. Kimle mücadele ediyorsunuz ve işiniz birbiriyle nasıl kıyaslanır? Faaliyetlerinizi gözden geçirin.

Ürününüz için nasıl bir tasarım ve üretim yapıyorsunuz? Şirketinizi nasıl yönetiyorsunuz? İşinizi nasıl kotarıyorsunuz?

Pazarınızı değerlendirin. Pazar talep edene kadar, ucuza mâl ettiğiniz için sadece logo faaliyetlerine ağırlık vermeyin. Başka firmaların sizin hakkınızdaki görüşlerini düşünün. Bazı alanlarda güçlü, bazı alanlarda ise zayıf olduğunuz kanısı mı yaygın? Bu algılama doğru mu? Değiştirebilir misiniz? Yazacak bir şey kalmayınca kadar yazmaya devam edin.

SONUÇLAR: Bir kez gerçeklerle karşı karşıya gelince sonuçlara ulaşmak daha kolaydır. İşinizi oluşturan faaliyetlerin türü nedir? Genelde güçlü ve zayıf olduğunuz noktalar hangileridir? Olanaklarınız nedir? Ya, sorunlarınız? Örnek verin: Büyük sanayi şirketleri konusunda güçlü olduğunuzu söyleyelim; ama en hızla büyüyen pazar küçük firmalarınki. Veya, işi yönetmek için harcadığınızın iki katı veya bazı önemli potansiyel müşterilerin bülten yayınlarındaki başarılarınızdan haberleri bile yok gibi.

STRATEJİ SEÇENEKLERİ: Seçenekleriniz nelerdir? Daha fazla eleman alıp öneğin emlak alım-satımı yapan firmalar gibi özel bir pazar alanına mı hitap etmek istiyorsunuz? Yoksa, genel giderlerinizi kısıtlayarak kârınızı büyük ölçüde artırma şansına sahip misiniz? Keşfedeceğiniz seçeneklerin sayısı karşısında nefesiniz kesilecek. Böyle bir keşif, tutku ve hırslarınızı güçlendirebilir.

PLANLAMA: Geldik işin en zor bölümüne. Şimdi ne yapmalısınız? Hedef pazara nasıl ulaşacaksınız? İhtiyacınız olan kaynaklar nelerdir; para mı, insan gücü mü, yoksa donanım mı? İsteki kilit rolü kim dolduracak? Bu roller nelerdir? Son olarak, yaptığınız plana nasıl uyacaksınız? sorusunu yanıtlayalım. Belki de planınıza ne kadar bağlı kaldığınızı görmek için aylık toplantılar düzenlemelisiniz. Eğer yaptığınız plan yürümüyorsa, değiştirmekten başka çareniz yok, demektir.

İşinizi Sigorta Güvencesi Altına Almak

Joyce Stewart

Şirketiniz ister bir kaç kişiden oluşan bir Anonim Şirket olsun, ister bağımsız olarak (freelancer) küçük bir stüdyo işletin, işinizin sigorta ile güvence altına alınması gerekmektedir. Bir grafik tasarım stüdyosu veya reklam ajansı gibi servis sektöründe faaliyet yürüten şirketlerde arsa, bina, malzeme ve donanım gibi şirket varlıklarının hasar ve hırsızlığa karşı korunması gerekir. Ayrıca, sorumluluk davalarına, şirket arabasına gelebilecek muhtemel hasara, hatta sel ve depreme karşı korunmaya ve

çalışanlarınızı muhtemel iş kazalarına karşı korumaya da gereksiniminiz vardır. Sigorta ihtiyaçlarınızı saptamak için muhasebe görevliniz ve bir uzman ile şirket varlıklarınızın değerini saptamaya çalışın. Size yardımcı olacak uzmanın, yürüttüğünüz iş ve kullandığınız donanım hakkında ayrıntılı bir bilgiye sahip olması gerekir; ayrıca gerekli yerlerden araştırabilir ve meslekdaşlarınızın önerilerine de baş vurabilirsiniz. Doğal olarak bir sigorta şirketiyle birlikte de değerlendirme yapabilirsiniz, ancak kendi çıkarlarını koruyabilmek için ihtiyaçlarınızı fazla göstereceğinden emin olmalısınız.

İster yeni ister kullanılmış olsun, varlıklarınızın bugünkü değerini hesaplamamız gerekir, alırken ödemiş olduğunuz bedeli değil. Stüdyonuzun tamamen yandığını varsayalım; yenilemeyi o günkü fiyatlardan yapmanız gerekecektir. Eğer varlıklarınızı, yenilemek için gerekecek bedellere göre sigorta poliçesi, eskime ve yıpranma nedeniyle ortaya çıkan değer kaybını dikkate alarak, söz konusu varlıkların alış bedelinin sadece belirli bir yüzdesini ödeyecektir. Bu nedenle, geçerli olan piyasa fiyatının tamamı üzerinden sigorta ettirdiğinizde, yenileme giderlerini ödeme gücünüzü korumuş olursunuz.

Sigorta ihtiyaçlarınızı tamamlamak için, poliçeye şirket arabanızı, işçi tazminatlarını ve malûliyet güvencesini, hatta çalışanlarınız için sağlık ve hayat sigortasını da dahil ettirin.

İhtiyacınız olacak sigorta türleri aşağıda kısaca tanımlanmıştır:

1. Çeşitli riziko poliçeleri işin türüne göre değişmektedir. Örneğin donanma fişekleri üreten bir tesisin sigorta ihtiyacı bir doktor ofisinden çok farklıdır. Ancak bu sigorta, genel olarak yangın, yangınla mücadele sırasında ortaya çıkan su hasarı, hırsızlık ve kazalara karşı güvence sağlar. Size ait bir mülkde kazaya uğrayan üçüncü bir şahıs için açılan dava masraflarını da üstlenir.

Sigorta kapsamında, ayrıca binalar, arsa ve sahip olduğunuz donanımın yanı sıra, size ait olan taşınmaz varlıklarınızda bulundurduğunuz konsinye mallar da güvence altındadır. Kiracı iseniz, poliçeler sadece kiralık yerlerdeki mallarınızı kapsamak üzere düzenlenir.

2. Ek sigorta, özellikle tehlikeli ve pahalı donanımı güvence altına almak için yaptırılır.
3. Şirket arabası için yaptırılan sigorta, iş nedeniyle arabayı kullanan herkesi kapsamına alır.
4. Çalışanlar için malûliyet sigortası, iş yeri ve türüne göre değişir.

5. Şirketinizde çalışanlar için yaptıracağınız sağlık ve yaşam sigortası, size kişisel sigortanız için daha uygun bir fiyat sağlayabileceği

gibi çalışanlarınız için de çekici bir sosyal yardım olanağını oluşturur. Grup asgarileri ve yararlarını kapsayan çeşitli planları gözden geçirin.

Bir Mimarla Çalışmak

Scott Gutterman

Yeni atölyeniz için kira kontratını henüz imzalamadınız ve bir an önce taşınmak istiyorsunuz. Tek sorunuz, mekanın yıkık dökük haliyle size Beyrut sokaklarını anımsatan durumu. Ya da, ofisi henüz boşaltmış olan bir önceki kiracı için çok iyi bir durumda olduğunu varsayalım. Sizin ise bu alanı rahat, iç açıcı ve verimli bir iş yerine dönüştürecek birine ihtiyacınız var. İşte söz konusu bu “kişi” pekala bir mimar olabilir. Ancak, “bu gizemli kişi” yani mimardan hangi hizmetleri almayı bekliyorsunuz. Temelde üç hizmet diyelim. Biri, sizin kimliğinizi, işlevsel gereksinimlerinizi ve estetik görüşünüzü dikkate alarak yapacağı bir planlı iş gereksinimlerinize cevap verme yeteneği (unutmayın, bir mimar alanınızın potansiyelini size hissettirmeli, asla akademik teorilerin deneme sahası haline getirmemelidir). İkincisi, işin teknik ve mühendislik koşulları hakkında yeterli bilgi. Ve üçüncüsü de, işi yürütecek nitelikli müteahhitlerden alınacak teklifler için gerekli ilişkiler.

Evet, bir mimara başvurmaya karar verdiniz. Ama, kime?

Rosenblum/Harb Architects'den Jim Harb “Sizinle aynı duyarlılığa sahip olan, yani anlaşabileceğiniz birini bulmaya çalışın” diye salık vermekte. Bunun bir anlamı da, gözünüzü ve kulağınızı iyice açmak. Size önerilen firmalardan birkaçını seçin ve yaptıkları işlerden örnekler göstermelerini isteyin. Öncelikle kendinizi hangisiyle rahat hissettiğinizi araştırın. Çünkü birlikte uzun bir zaman geçirebilirsiniz. Bir kez birlikte çalışmak konusunda anlaşır anlaşmaz, mimarınızın hemen size bir ücret cetveli sunacaktır. Ödemeler, saat ücreti, sabit bir ücret veya inşaat giderlerinin belirli bir yüzdesi olarak düzenlenebilir. Ödeme yöntemi olarak sabit bir fiyatta anlaşmak sizin için en iyi seçenek olabilir; ancak mimarlar için, tahminde bulunmak oldukça güç olduğundan genellikle tercih etmedikleri bir seçenektir. “Bir yeri yıkmaya başladığınız zaman nelerle karşılaşacağınızı tahmin etmek oldukça zordur” diyor Harb. “Yeni bir giriş yapılması gerekebilir, boruların sökülmesi gereklidir... bunları öngörmek çok zor”. (Mimarla birlikte çıplak bir alan seçmek bazı soruların işe başlamadan önce önlenmesini sağlayabilir) Bir kez genel yapı

üzerinde anlaşma sağlandıktan sonra sizden mimarlık sözleşmesi imzalamanız istenir. Bu sözleşme, sorumluluk ve yükümlülükleri kapsar. Herhangi bir sözleşme durumunda olduğu gibi sözleşmeyi hukuk danışmanınızla birlikte gözden geçirin.

Mimar için bundan sonraki aşama ilgili şemaları hazırlamaktır. Bu şemaları işler tamamlandığında ofisin istenilen durumunun bir kuşbakışı planını, bir mekanik ozalit kopyayı (teknik hususları gösteren) ve projenin tamamlanmış halini göz önüne getirmeyi sağlayan çeşitli çizimleri kapsar. Onaylanmaları halinde mimar, müteahhitlerden teklifler alacak ve en iyilerini işi yürütmek üzere görevlendirecektir. Bundan sonra kendi başınıza kalacağınızı mı düşünüyorsunuz? İyi bir mimarla, hayır! Çünkü mutlaka inşaatı yönetecek ve denetleyecektir. “Bazı müşteriler işleri kolayca izleyebilecekleri bir ozalit kopyayla yetinirler” diyor Harb “Ama ben böyle çalışmayı sevmiyorum. Her işin, mimarın sorumluluğunda olması gereken bazı teknik yönleri vardır.”

Bir çok tasarımcı, istedikleri iç alan hakkında belirli bir fikre sahiptir. Mimarın bu tercihleri karşı duyarlı olması gerekir. Üzerinde anlaşılması gereken en önemli ilkenin, temel tasarımın belirli bir doğallık ve esneklik taşıması olduğuna inanıyor Harb, ve şöyle diyor, “Modalar gelip geçicidir; oysa ki iyi bir ofis tasarımı zaman kavramının üzerine çıkmalı.

“Mac” İle Birlikte Çalışmak

Henüz Macintosh bilgisayarının tüm yeteneklerinden yararlanmamış olmakla birlikte Jackson en sıkıcı ve çapraşık işlerin bile Macintosh sayesinde bir anlık bir sürpriz dönüşüğünü söylüyor.

Faturalar için genelde kullanımı kolay, ancak gelişmiş bir matriks programı Excel'i kullanıyor. Yazılım olanakları ayrıca formların kendi istediği niteliklerdeki tasarımını sağlıyor. Böylelikle, bir iş harcama zaman, bütçe, harici işler gibi konularda sınıflandırma yapabiliyor. Eskiden tüm tasarımcılar bu tür kayıtları elle yapmak zorunda kalırlardı. Ama Excel, Jackson'un masraflara karşı durmasını sağlıyor. Ayrıca, bütçede saptanan rakamın aşılacağını öngörerek müşteriyi uyarma olanağı veriyor.

Genişletilmiş matriks programları dışında, Jackson ayrıca Mac'da görev listeleri geliştiriyor. Bir iş geldiğinde, işe müşteriyi simgeleyen üç harflik bir kod ve daha sonra faturalama işleminde kullanılacak dört harflik bir ikinci kod saptıyor. Bu liste ayrıca, stüdyo'da bulunan her projenin mevcut durumu, her işin sorumlusu, projenin hangi aşamada olduğu, programlama ve

son tarihler hakkındaki tüm ayrıntıları sergiliyor. Eski günlerde, yani bilgisayardan önce (B.Ö.) bu liste haftada bir kez elle hazırlanırdı. Bugün ise sadece bir görevli belgeleri hergün güncelleştiriyor ve her sabah herkesin önüne yeni bir adet konuyor.

Cazip Bir İş Kredisi Elde Etmenin Yolları

Edward Z.Mrkvicka,
"Inside Financial"ın yayıncısı

Bir işin kötüye gitmesinin nedeni genelde kötü ürün değil, kötü finansmandır. Bankalar kendi şartlarını kabul ettirerek finansman sağladıkları için, kredi başvurunuzdan önce savunmasız ve hazırlıksız olursanız işinizi "kurban" etme olasılığınız çok yüksektir. Size bu konuda bir kaç öneride bulunalım.

1. Yörenizde bulunan ve sizin iş hacminizi idare edebilecek olanaklara sahip en küçük bankaya başvurduğunuz zaman hem şansınızı hem de alacağınız hizmetin niteliğini artırmış olursunuz. Küçük bir havuzda büyük bir balık olmak size daha olumlu kredi şartları sağlayacaktır. En az üç bankaya başvurarak şartları kıyaslama olanağı yaratın kendinize.

2. Başvurunuzdan önce hazırlıklı olun. Son altı yıla ait satışlar, alacaklar, borçlar, masraflar gibi mali göstergeleri içeren tablolarınızı ve bunlara ek olarak işinizi başlattığınızdan beri alınan yıl sonu işletme sonuçlarını gösteren kayıtları birlikte götürün. Krediyi kullanma amacınızı açıklayan bir rapor hazırlayın; dilimlere ayırın ve herbirini ne için kullanacağınızı belirleyin. Tahmini olsa bile somut rakamlar vermeye çalışın. En önemlisi, alacağınız kredinin sağlayacağı sermaye arttırımı ile ulaşacağınız satış ve sağlayacağı hasılat artışını gösteren bir projeksiyon hazırlayın. Örneğin, alacağınız 10,000 dolarlık bir kredinin 5,000 dolarını kullanarak alacağınız "stat" makinesi ile verimlilik oranınızı %50 oranında nasıl arttırmayı beklediğinizi açıklayın.

3. Geri ödemeyi, ana para ödemesi yapıldıkça kalan tutar üzerinden işleyen faiz planına göre yapmaya çalışın.

4. Sakın işle ilgili finans konularını şahsi finans konularınızla karıştırmayın. Örneğin, şahsi evinizi alacağınız krediye teminat gösterip, işiniz batarsa evsiz kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalmayın. Bankalar genelde gerekli olanın üzerinde karşılık almaya çalışırlar. Kredi performansınız olumlu olduğu sürece imzanız karşılığı şahsi varlıklarınızın %20-%30'u oranında kredi temin edebilirsiniz. Bu orana işinizin borç alma

değerini ekleyin (mali güç ve kârlılığını tahmin ederek) ve borç alma beklentileriniz hakkında belirli bir fikre sahip olun. Ancak, şahsi teminata imza atmayacağınızı ve başka çıkış yolu kalmadıkça şahsi varlıklarınızı krediye karşılık olarak kullanmamanız gerektiğini asla aklınızdan çıkarmayın.

5. Karşılığınızı leveraj olarak kullanın. Eğer banka gerekli gördüğünüzden daha fazla karşılık isterse ya da şahsi varlığınızı teminat olarak göstermenizi talep ederse, böyle bir anlaşmaya ancak faiz oranınızı indirirseniz veya altı ay içinde vadesi gelecek ilk ana para ödemenizi ertelerse -ki böylece yeni sermayenizi kaynak üretme kapasitenizi arttırmak için kullanmak üzere zaman kazanmış olursunuz- kabul edin.

6. Bir kredi paketine, kredi süresi veya maluliyet sigortasının dahil edilmesini asla kabul etmeyin.

Bankerler genellikle bu alternatiflerin kredi şartlarında öngörüldüğünü söyler ve de ısrar ederler. Böyle bir satışa zorlandığınız zaman sigorta şirketinden ve poliçe üzerinden ödeyeceğiniz faiz tutarından en az %40'ını kendi payları olarak alacaklardır. İhtiyacımız olan sigortayı bağımsız bir sigorta acentasından temin edin.

7. Değişken faiz oranına sahip kredilerden uzak durun. Geçici bir süre için daha iyi bir oran sağlasalar bile bu kredi faizleri enflasyonun yüksek olduğu zamanlarda diğer maliyetler tırmanmaya başlarken bir roket hızıyla fırlarlar.

Pinkhaus Tasarım Kuruluşunun Fiyatlandırma Yöntemi

Pinkhaus'un isteyeceği ücretler üç kaynak esasına göre hesaplanır.

1. Personelin harcadığı zaman
2. Harici ücretler ve geri ödenecek masraflar
3. Kamera Bölümü

Personelin harcadığı zaman
Pinkhaus, belirli bir projeyi tamamlamak için gereken saatleri esas olarak bir iş değerlendirmesi yapar. Projenin toplam maliyeti, proje kapsamı için öngörülen tutarı aşmayacaktır. Proje kapsamında olmayan bazı ilave hizmetler ve harcanan zaman için istenecek ücretler uygun bir oran esas alınarak hesaplanır.

Harici Ücretler ve Geri Ödenecek Masraflar

Pinkhaus, harici satıcıların, müşteri idaresi ve denetleme için yaptığı üretim maliyetlerine bir aracı komisyonu ekler. Bu konular mekanik işleri, tipografi, fotostat ve yerleşim planı için gerekli malzeme masraflarını kapsar ancak bunlarla sınırlı değildir.

Pinkhaus tarafından müşteri adına yapılan bazı masraflar doğrudan

doğruya müşteriye aktarılır. Bunlar, metin, haberleşme, şehirler arası telefon, xerox, posta ve Dade Country'nin dışına yapılan seyahatlerin masraflarını içerir.

Fiyatlandırma

Projenin kapsamıyla ilgili yaptığımız görüşmelere dayanarak sürecini danışmanlık ve tasarım olarak dört ile altı adam-ay olarak hesapladık. Tasarım ücretleri aşağıdaki maddeler üzerinden çıkartılır:

Tasarım
Metin
Fotoğraf (Bruce Miller)
Renk ayırımı
Tipografi
Malzeme/Grafik malzemesi

Faturalama

Pinkhaus'a yapılacak ödemeler, projenin kaydettiği aşama ile ilgili olarak üç taksitte ödenir.

1. Proje başladığında ilk ödeme taksidi
 2. Kapsamlı proje ve yerleşim planı başladığında ikinci ödeme taksidi
 3. Tamamlanan mekanik işlerin tesliminde üçüncü ödeme taksidi
- Pinkhaus'un harici masrafları, geri alınacak masraflar ve kamera bölümü masraflarına ait faturalar aylık olarak gönderilir. Projenin bir sonraki aşamasına geçebilmek için Pinkhaus'a ödemeler vadesinde yapılmalıdır. Tüm faturalar alındıkları tarihten itibaren on gün içinde ödenir. Harici ücretler kamera ücretlerinde, gerekiyorsa satış vergisi ödenir.

Hizmetlerin Satışı

Anise Wallace

Tasarım sanatçıları gibi yaratıcı insanları bekleyen sorunlardan biri ürünlerini "satmaktır". Bir poster veya ambalaj ürünü yaratmakta müthiş olabilirler ama genelde hizmetlerinin satışında berbatlırlar. Chiron Associates, Inc., New York danışmanlık şirketinin kurucusu olan Anne Miller, "Yaratıcı sanatçılar hiç bir zaman satış yapmayı öğrenemezler", diyor. Miller'e göre profesyonellerin gerçekleştirmeleri gereken ilk şey "satış" konusundaki düşünce yapılarını değiştirmek olmalıdır. İnsanlar genelde satış konusunda yanılığa kapılıp bir "zorlama" olarak algırlarlar. Aslında doğru olan, "yardım etmek için buradayım," diye düşünmektir. Ancak müşteriye yardım edebilmek ve aynı zamanda işi alabilmek için tasarımcı, tehditkâr olmayan bir havada çok bilgi toplamalıdır. Müşteriden işi istemek noktasına ulaşma süreci üç aşamadan oluşur. Birincisi, görüşme yapmadan önceki hazırlık aşamasıdır. Tasarımcılar, bu görüşme öncesinde müşteri hakkında mümkün olduğu kadar çok bilgi toplamaktadırlar. "İşin yapısı nedir? Geçmişte neler yapmışlardır? Müşterileri kimlerdir?" gibi birçok

sorunun yanıtı hazır olmalıdır. Miller'e göre, hazırlıksız girişimde bulunmak pek akıllı bir davranış sayılmaz.

İkinci aşama, müşteriyle karşılaşma ve görüşmedir. İnsanlar genelde bu aşamada sinirli olurlar, diyor Miller. Onun için tasarımcı en başından olayı rahat bir zemine oturtmalıdır. "Dostça bir ilişki kurmaya çalışın", diyor Miller. "İnsanları rahat ettirin. İnsanlar işlerinden konuşmaya bayılırlar. Eğer tasarımcı işin konusu hakkında ayrıntılı bilgiye sahip değilse en azından yapacağı bazı genel yorumlarla diyalogu sürdürmeyi başarmalıdır. "Küçük elektronik aygıtlar yaptığınızı biliyorum, bana biraz daha ayrıntılı anlatır mısınız?" şeklinde konuşmaya başlamak yumuşak bir yaklaşımdır.

Tasarımcı ile müşteri diyalogu sürmeye başladıktan sonra sürecin üçüncü aşamasına ulaşılır. İşte bu aşamada tasarımcı, şirket ve proje hakkında mümkün olduğu kadar çok bilgi toplamalıdır. Öğrenilmesi gerekenler arasında, şirketin geçmişte yaptıkları, hoşlandıkları ve hoşlanmadıkları şeyler, bu projeyi başlatma nedenleri ve beklentileri sayılabilir.

Tasarımcı, bu soruları sorarken karşısındakini sıkıştırdığını düşünebilir. Bu nedenle Miller, soruları yumuşatmak için bazı kilit cümleler öneriyor. "Her müşteri farklıdır, bana bu işe ayırdığınız bütçeyi söyler misiniz?" bir yaklaşımdır. Veya, "Müşterilerden hiç biri diğerine benzemez, onun için bana bu proje için ne kadar harcamak istediğinizi söyler misiniz?" Daha ayrıntılı bilgi edinebilmek için şu soruları sorun: "Bana biraz daha fikir verebilir misiniz?" "Daha ayrıntılı anlatmanız mümkün mü?" Veya "Daha fazla dinlemek isterdim." gibi.

Öğrenebileceği kadarını öğrendikten sonra, tasarımcı işi istemelidir. Bu aşama çok kişiyi dehşete düşürür. Sormaya korkarlar. Ama göze almaları gerekir. "İnsanın birkez şansını denemesi gerekir," diyor Miller ve sorabileceğiniz diğer sorular için de şunları öneriyor. "Bunu nasıl buldunuz?" "Bu sizi rahat ettirdi mi?" Veya "Mükemmel; sonra ne yapalım?" Daha fazla bilgi almak isteyenler Chiron veya New York'taki Commumispond gibi kuruluşları arayabilirler. Bu kuruluşlar takdim becerilerini geliştirmek için seminerler düzenler ve video gösterileri tertip ederler.

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Yurdaer Altıntaş

Sorumlu Yayın Yönetmeni

Bülent Erkmén

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Basıldığı yer: MATAŞ