

KONULAR

GİRİŞİMCİLİK DERSLERİ

HAFTALIK DERS PROGRAM

× 1. HAFTA: GİRİŞİMCİLİK

- ✓ Girişimciliğe Dair Temel Kavramlar
- ✓ Girişim Nedir?
- ✓ Girişimci Kimdir?
- ✓ Girişimcinin Özellikleri Nelerdir?
- ✓ Girişimciliğin Tarihi
- ✓ Yönetici Kimdir? Yönetici İle Girişimci Arasında ne tür farklar vardır.

2.HAFTA

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ ve GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

- ✓ Türkiye'de Girişimciliğin Önemi
- ✓ İç Girişimcilik
- ✗ Genel Sınıflandırma (Fırsat Girişimciliği; Yaratıcı Girişimcilik)
- ✗ Yönetmel Becerilere Dayalı Sınıflandırma
- ✗ Alınan Risk Düzeyine Dayalı Sınıflandırma
- ✗ Faaliyet Sahası ve Büyüklüğüne Dayalı Sınıflandırma

3. HAFTA

GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET FAKTÖRÜ

- ✓ Girişimcilikte Cinsiyet Faktörünün Önemi
- ✓ Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Güçlükler
- ✓ Kadın Girişimciliğinin Nasıl Gelişeceği

4. HAFTA

- ✗ **TÜRKİYE' DE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZENDİRİLMESİ**
- ✗ (Girişimcilerin Karşılaşmış oldukları engeller ve çözüm yolları)

5-6. HAFTALAR

- × İŞ FİKRİ VE İŞ KAYNAKLARI
- × (Yeni ve Yaratıcı İş Fikirleri)

× 7-8-9. HAFTALAR

İŞ PLANI UNSURLARI

İŞ PLANI HAZIRLAMAK (KOSGEB 2019)

10-11. HAFTALAR

İŞLETME ÇEŞİTLERİ

12- 13. HAFTALAR

BAŞARILI GİRİŞİMCİLİK ÖYKÜLERİ

14. HAFTA

GENEL DEĞERLENDİRME

FİNAL SINAVI

GİRİŞİMCİLİĞE DAİR TEMEL KAVRAMLAR

İşletme:

Toplumdaki bireylerin ihtiyaçlarını kar sağlama amacıyla karşılamak için, düzenli olarak mal yada hizmetin üretim ya da dağıtımını gerçekleştiren ekonomik etkinliktir.

- İşletmeler üretim faktörlerini kullanarak mal ve hizmet üretir ve gelir elde etmek amacıyla ürettikleri mal ve hizmetleri ürün pazarına sunar.

- İnsan ihtiyaçlarını karşılama özelliği taşıyan araçlara mal yada

hizmet adı verilir. Mal somut, elle tutulur fiziki bir varlık iken, Hizmet aksine soyut, elle tutulmaz, ancak hizmeti alan kişi bundan bir fayda elde etmektedir. Hizmeti depolayamaz, tartamazsınız, ancak kalitesini ölçebilirsiniz

-
- ✘ Girişimciler, işletme yönetimindeki rolleri nedeniyle, ekonomik ve toplumsal hayatın önde gelen dinamik gçleridir. Girişimcilik, kıt olan kaynakların verimli kullanılması açısından büyük önem taşımaktadır.

ÜRETİM FAKTÖRLERİ

EMEK: İşletmelerde üretimi ortaya koyan insan kaynağını ifade eder. Emek faktörü üretimi gerçekleştirenlerin fiziksel ve düşünsel katkılarını içerir.

GİRİŞİMCİ: Mal veya hizmet üretimi için üretim faktörlerinin biraraya getirilmesini sağlayan kişidir. Girişimcinin temel amacı kar elde etmektir. Buna karşılık doğacak riski üstlenir.

SERMAYE: Mal veya hizmet üretimini destekleyen servet, sermaye adını alır. Üretimde yararlanan para ve parasal değeri olan her türlü donanımı ifade eder.

DOĞAL KAYNAKLAR: Doğadan elde edilen, doğrudan veya işlenerek kullanılan her türlü maddeyi içerir. Temel doğal kaynaklar toprak, su, mineral maddeler ve ağaçlardır.

TEKNOLOJİ: Mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntemlerdir. İnsan çalışmasını geliştirmek ve üretim yeteneğini arttırmak için bilginin üretilmesi ve uygulanması olarak tanımlanabilir. Gelişmiş bir teknoloji daha yararlı ve yüksek nitelikli malların daha etkili yollarla üretimini sağlar.

ÜRETİM FAKTÖRLERİ



-
- × **KOBİ** : (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler)
 - × Çalışan personel sayısı 250 den az ve satış cirosu 40 milyon tl nin altında olan işletmelerdir.
 - × KOBİ' ler in
 - × • Toplam işletme içindeki oranı % 99.5
 - × • Toplam istihdam oranı % 59
 - × • Toplam yatırım oranı % 30-40
 - × • Toplam ihracat oranı % 25

- × **KOSGEB** : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomideki rolünü ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini artırmak ve sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla kurulmuş kamu kurumudur.
- × **TKDK**: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
- × **KUZKA**: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (Kastamonu, Sinop, Çankırı)

GİRİŞİM NEDİR?

- × **Kelime Anlamı;** Bir işi yapmak üzere eyleme geçme, bir işe girişme, başlama demektir.
- × Girişimcilerin yerine getirdikleri işleve ‘Girişim’ denir.

GİRİŞİMCİ KİMDİR?

× Girişimciliğin günümüzde herkes tarafından yaygın olarak bilinen ve kabul görmüş tanımı ilk olarak 1755 yılında Fransız asıllı İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır.

× Cantillon'a göre girişimci, kar elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin riskini üstlenen kişidir.

Girişimci, mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmek için risk üstlenerek doğal kaynak emek sermaye gibi üretim faktörlerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişi olarak tanımlanabilir.

Başka bir ifade ile girişimci olmak için risk alarak mal ve hizmet üreterek pazarlamak üzere bir işletmeyi kurmak ve bu işletmede faaliyetleri yapmak gerekir.

-
- × Pazardaki **fırsatları ve gelişmeleri** belirleyen özel okul, rüzgar santrali, HES, demiryolları, elk.oto, İSG Yasası
 - × Pazar fırsatlarını ve gelişmeleri **iş fikrine dönüştüren**
 - × Risk üstlenerek kaynakları bir araya getiren
 - × Rekabete karşı önlem alarak kendisini ve işletmesini geliştiren
 - × Yenilikçi bir kişidir.

-
- × **Girişimci** toplumun gereksinim duyduğu, yani talep edilebilir bir malı veya hizmeti bulup onu üretmeye girişen ve yaratıcılığıyla buna ön ayak olan kişidir.
 - × Girişimcinin pazarın fırsatlarını görebilen, insanların isteklerinde ortaya çıkan değişiklikleri sezebilen ve bunu değerlendirebilen kişidir.
 - × **Girişimci** karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara katılma cesaretini gösterendir.

-
- ✘ Girişimci; Sürekli olarak piyasaları gözleyip talep açıklarını yakalayan, Yeni talepler peşinde koşan, Talepteki değişmeleri zamanında fark eden, Kaynakları bir araya toplayarak üretim birimleri kuran, Rekabetten kaçınmayan, tam tersine rekabeti varlığının bir parçası kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, **atak ve yaratıcı kişi**dir.

-
- ✘ Girişimci, temel üretim faktörleri olan “işgücü, sermaye ve doğayı” bir araya getirerek, ekonomik mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişi olarak tanımlanır.
 - ✘ Diğer bir ifadeyle girişimci un, yağ ve şekeri bir araya getirip helvayı yapan kişidir.

GİRİŞİMCİLİK NEDİR?

Girişimcilik ise, yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır.

KISACA, başkalarından farklı düşünüp farklı bakmasını bilebilmektir.

GİRİŞİMCİ DENİLDİĞİNDE AKLIMIZA HEMEN ŞU KAVRAMLAR GELMELİDİR.

- Risk
- Tahmin
- Fırsatçılık
- Farklı düşünmek

- Başarı
- Kar
- Refah oluşturma
- Toplumda iz bırakma

GİRİŞİMCİNİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

- × Güçlü bir başarılı olma isteği,
- × Mücadelecilik ve azim,
- × Sorumluluk ve risk alabilme arzu ve yeteneği,
- × İnisiyatif sahibi olmak,
- × Karar alma ve uygulama yeteneği,
- × Liderlik ve hedefleri için başkalarına yön gösterebilmek,
- × Yaratıcılık ve Fırsatları sezebilme yeteneği,
- × Planlı çalışma ve araştırma yeteneği,
- × Başkalarıyla çalışabilmek ve onlara güvenebilmek,
- × ilişki içerisinde olduğu kişilere güven verebilmek,
- × Eksikliğini, sınırlarını bilmek ve tavsiyelerden yararlanabilmek,
- × Zor şartlarda ağır çalışmalara hazır olmak,
- × Kendini geliştirme arzusu

BAŞARILI GİRİŞİMCİLER;

Genel anlamda başarılı girişimcilerde; Kendini iyi tanıması, cesaret, özgüven, başarılı olma hırısı, azim gibi özellikler ortak özelliklerdir.

- Kendini iyi tanıyan,
- Risk almayı seven
- Yeniliklerin peşinde koşan
- Farklı düşünen
- Özgüvenleri tam
- Sabırlı

- İnsanları motive etme kabiliyetine sahip
- Tecrübeli
- Bilgi sahibi
- Başarma arzusuna sahip

-
- ✘ Kısaca, toplumun gereksinme duyduğu ve dolayısıyla talep olunabilir bir mal veya hizmeti keşfedip onu üretmeye giriştikleri ve yaratıcılıklarıyla buna önyak olanlara **girişimci** denir.

GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL SÜRECİ

- × Dünyada; Batı dünyası 17. yüzyıl itibarıyla sanayi toplumuna geçti.
- × Günümüzde ise girişimciliğin önem kazanması serbest piyasa sistemi (rekabete dayalı bir sistem) ne göre rekabetin artmasıyla birlikte oluşmuştur.
- × Diğer önemli husus, tarihi geçmişini inceleyecek olursak sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimcilik daha büyük önem kazanmaya başlamıştır.
- × Girişimci olan her yaştan herkes yeni bir buluş ya da düşünceyi iş fikrine dönüştürerek iş kurmaktadır.
- × Bilgi toplumuna geçildikten sonra, Dünya çapında ve ülkemizde kendi alanlarında zirveye çıkmış girişimcilerin varlığı ve özellikle de bu girişimcilerin kariyer ve başarı basamaklarını hayal dahi edilemeyecek bir hızla çıkmış olmaları bu konuyu daha da ilginç kılmaktadır. Örnek olarak; Dünyanın en zengini sayılan Microsoft'un sahibi Bill Gates, Facebook kurucusu Zuckerberg vb.

- ✘ **Richie Stachowski,**
- ✘ 11 yaşındayken ailesiyle gittiği Hawaii tatilinden hiç memnun kalmadı. Çünkü **suyun altındayken babasıyla konuşamıyordu.** Buna çözüm bulmak için tasarım yapmaya başlayan Richie, **267 dolar harcayarak prototip bir sualtı megafonu yaptı.** Prototipini Toys “R” Us’a tanıttığındaysa, tam **50 bin parçalık sipariş aldı.** 1997 yılı yaz aylarının en sevilen oyuncuğu olan “Water Talkies” K-Mart ve Walmart gibi diğer büyük satıcılardan da sipariş aldı.

Girişimcilik Amerika da daha hızlı bir şekilde gelişme göstermiştir. Bunun nedenleri ise şu şekilde açıklanmıştır:

- ✘ Hızlı sanayileşme
- ✘ Profesyonel yönetimin önem kazanması
- ✘ Kitle üretiminin yaygınlaşması (Ford örneği)

Türkiyede;

- ✘ Selçuklu ve Osmanlı'nın ilk dönemlerinde **Ahilik teşkilatına mensuplar ilk girişimciler** olarak kabul edilir.
- ✘ Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde ekonomik **girişimciler sanayi devriminden sonra** batıyla daha sıkı ilişkide olan ve bilgi alışverişinde bulunan **Yahudi, Rum ve İtalyan asıllı Türk vatandaşlar** idi. Bunlar bankerler ithalatçılar ve genellikle tüccarlardır.

- × Cumhuriyet döneminde girişimciliğin başlangıcı. 17 Şubat 4 Mart 1923 tarihleri arasında toplanan İzmir İktisat Kongresidir. O sırada dünyada büyük buhran yaşanmakta ve ekonomide daralma söz konusuydu. Yeterince sermaye birikimi olan özel sektör olmadığı için mecburen kamu girişimciliği daha ağırlıktaydı. Nitelikli girişimci sayısı yok denilecek kadar azdı.
- × Çok partili hayata geçilen 1950 yılından itibaren, girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin yaygınlaşması ile birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşanmıştır.
- × 24 Ocak 1980 yapılan ekonomik düzenlemelerle ithal ikameci kalkınma stratejisi yerini ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Bu dönemde tüccar zihniyeti sahip eğitimsiz girişimciler yerini eğitilmiş, yüksek tahsilli, kaliteli mal ve hizmeti düşünen, müşteri beklentilerini karşılayan girişimci tipi ortaya çıkmıştır.

YÖNETİCİ KİMDİR? YÖNETİCİ İLE GİRİŞİMCİ ARASINDAKİ FARKLAR NELERDİR?

Birden çok girişimcinin bulunduğu fakat hiçbirinin yönetici olmadığı işletmelerde yönetim etkinliğinin bunu meslek olarak seçen birine bırakılması işletmenin profesyonelce yönetildiği anlamına gelir.

Profesyonel yönetici; işletmenin risk dışındaki tüm yetki ve sorumluluklarını üzerinde taşıyan ve mesleği profesyonelce yerine getiren kişidir. Bu kişinin yönetim ilke ve yöntemlerini bilmesi gerekir. Profesyonel yöneticilik deneysel becerilerin, geleneksel kuralların aksine Yönetim Bilimine dayanmaktadır.



GİRİŞİMCİ VE YÖNETİCİ ARASINDAKİ FARKLAR

- Girişimcinin esas hedefi kar elde etmektir. Yani girişimci kar elde etmek için risk altına girmekte olup, diğer taraftan üretim faktörlerini temin edip işletmektedir. Bu nedenle diyebiliriz ki girişimcide aynı zamanda yönetici özelliklerinin de bulunması gerekir.
- Profesyonel yöneticiler ve girişimciler arasındaki fark risk faktörüyle ilgilidir. Profesyonel yönetici kar ve zarardan kısmen etkilenmekte olup, ücret karşılığı kendi adına çalışmadığından risk altında değildir. Girişimci ise en başından işe başlarken riski tamamen üstlenmiş durumdadır.

- Girişimci evi inşa eder ve anında bir sonraki planlamaya başlar. Yönetici ise bir ev inşa eder ve bu evde sonuna kadar yaşar.
- Girişimci sürekli yeni hedefler peşinde koşan, gelecekte yaşayan, risk alan, fırsatları yakalamaya çalışan, yenilikçi bir kişi iken, yönetici ise var olan işleri en iyi yapmaya çalışan, bugünde yaşayan, fırsatlardan çok problemlere odaklanan kişidir.
- Ancak, bir çok girişimci kurdukları kurumların başına geçip yöneticilikle yapmaktadır.

- Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte yaşar.
- Girişimci kontrol eder, yönetici düzen kurar.
- Girişimci değişikliklerle başarı sağlarken, yönetici statükoya bağlıdır.
- Girişimci fırsatları yakalar, yönetici problemleri görür.
- Yönetici bir ev yapar ve sonuna kadar orada yaşar, girişimci evi inşa eder ve anında bir sonrakinini planlamaya başlar.
- Yöneticinin işleri düzgün ve özenlidir. Girişimci ise yöneticinin sıraya koyacağı işleri yapar.
- Yönetici, girişimcinin arkasında ortalığı toparlayan kişidir. Yönetici olmazsa işler ve toplum yürümez. Girişimci olmazsa yenilik olmaz.

A person in a black suit is shown from the chest up, holding a large, bright orange speech bubble. The person's face is partially visible at the top, smiling. The background is a gradient of blue and purple. The text inside the speech bubble is in a bold, black, sans-serif font.

**her sey
seninle
başlar**

GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

- ✘ Girişimciler bir ülke için veli nimettir. Girişimcilik ülke ekonomisine doğrudan etki eder ve büyümesini sağlar.
- ✘ Bir ülke ya da o ülkede bulunan toplum için oldukça önemli bir unsurdur. Girişimci kişiler sürekli üretim yaparlar ve böylece o ülkedeki mal ve hizmetlerin kalitesi de artmış olur.
- ✘ Girişimciler, yeni üretim yöntemlerini sürekli takip ederler, bu üretim yöntemlerini uygularlar ve böylece bu üretim yöntemlerini kullanarak mal ve hizmetlerin kalitesini git gide iyileştirirler. Aynı zamanda bu yöntemleri farklı şekillerde kullanarak yeni ürünler ortaya koymaktan çekinmez ve yeni pazarlar oluşmasını sağlarlar.
- ✘ Ülke de yerli ürünlerin pazara sürülmesini sağlar ve daha ekonomik ürünler çıkmasını sağlar.
- ✘ Bir ülkede rekabet ve özel girişimcilik gelişirse o ülkede ekonomik refah da o kadar gelişir ve yükselir. Bu nedenle girişimciliğin olmadığı ülkelerin ekonomileri de çok fazla gelişme imkanı bulamamaktadır.

-
- ✘ Girişimciliğin önemi; toplumsal ihtiyaçların saptanması, bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik uygun yatırımların gerçekleştirilmesi ve bunların sonucunda istihdam, gelir, yaşam ve kalitesinin artırılması ile ilgilidir.
 - ✘ Girişimcilik ülke kalkınmasında olduğu kadar, günümüzde bölgesel, yöresel (yerel), kentsel, kırsal kalkınmada önemi hızla artan bir olgudur.
 - ✘ Ülkemizde son yıllarda bölgeler ve iller arasında gözlenen hızlı değişmeler makro politikalar yanında, girişimcilik faktörüne olan ilgiyi arttırmıştır.

GİRİŞİMCİLİĞİ ÖNEMLİ KILAN UNSURLAR ŞUNLARDIR:

- × 1- Ekonomik büyüme ve işsizlik sorunu
- × 2- Rekabet ortamı
- × 3- Toplum menfaatleri
- × 4- Bireysel menfaatler

TÜİK İŞSİZLİK VERİLERİNİ AÇIKLADI: 1 YILDA 1,2 MİLYON KİŞİ İŞSİZ KALDI

ÇALIŞMA YAŞAMI 15/04/2019



TÜİK'in açıkladığı Ocak 2019 işsizlik verilerine göre işsizlik oranı %14,7'ye çıktı. Yükseköğrenim mezunlarında işsizlik ise %13,9'a tırmandı.

Ekonomik kriz nedeniyle işsizlik artıyor. TÜİK, Ocak 2019 işsizlik rakamlarını açıkladı. Türkiye genelinde işsiz sayısı 2019 yılı Ocak döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 1 milyon 259 bin kişi artarak 4 milyon 668 bin kişi oldu. İşsizlik oranı 3,9 puanlık artış ile %14,7 seviyesinde gerçekleşti.

Üniversite mezunlarında işsizlik hızla yükseliyor

Yükseköğretim (üniversite) mezunlarında işsizlik oranı Ocak 2018 – Ocak 2019 arasında %11,3'ten %13,9'a yükseldi. Son 1 yılda ise 169 bin yükseköğrenim mezunu işsiz kaldı. Aralık 2018 – Ocak 2019 arasında işsizlik oranı %13,5'ten %13,9'a çıktı. İşsiz sayısı 1 ayda 31 bin artarak toplam 1 milyon 99 bin kişiye ulaştı.

Yükseköğrenim mezunu kadınlarda işsizlik %18,3'e yükselirken, erkeklerde ise %10,6'ya çıktı.

TÜİK, 2019 yılı Ocak ayının işsizlik oranlarını açıkladı.

İstatistiklere göre yükseköğretim mezunlarında işsizlik oranı:

Aralık 2018	Ocak 2019
%13,5	%13,9

Son 1 ayda yükseköğretim mezunu işsiz sayısı **31 bin** kişi arttı.



kelime giriniz...



GÜNCEL HABERLER



MADEN MÜHENDİSLERİNDEN DURDURULAN METRO TÜNELLERİ İÇİN DEPREM UYARISI

03/10/2019



AKP'NİN ENERJİ BALONU DA PATLIYOR

02/10/2019



ELEKTRİĞE YAPILAN SON ZAM: AKP'NİN ENERJİ BALONU DA PATLIYOR

02/10/2019



"ACİL" DURUMLARDA MOBİL CİHAZLAR ÜZERİNDEN NASIL İLETİŞİM KURABİLİRİZ? – DİYAR

SARAÇOĞLU (SENDİKA.ORG)

01/10/2019

İŞSİZLİĞİ KİM ÇÖZECEK?

sizliği kim çözecek? - Selçuk ŞİR x +

com.tr/yazarlar/selcuk-sirin/issizligi-kim-cozecek-40730670

Hürriyet

Gündem

Dünya

Ekonomi

Spor Arena

Seyahat

Kelebek

Video

Son Dakika

Yazarlar

Q

MENÜ ≡

İşsizliği kim çözecek?

4 Şubat 2018

PAYLAŞ



A



Yorum yaz

İŞSİZLİK oranı çift haneli ve TÜİK'in bu hafta açıkladığı veriye göre çalışma çağındaki nüfus her sene bir milyon artıyor!

Böyle olduğu için de tüm anketlerde işsizlik halkın en çok çözüm beklediği sorunlardan biri. Peki işsizliği kim çözecek?

DEVLET KADROSU PATRON MERHAMETİ!

Yeni istihdamı biz ısrarla 'ya devlet ya patronlar' çözsün diye bekliyoruz.

Türkiye'nin en iyi eğitilmiş kesimine 'atanamayanlar' diyor olmamız meselenin bir boyutunu gösteriyor zaten. Devlet dışında hiçbir yerde istihdam edilemeyecek milyonlar yetiştiriyoruz. Bu 'atanamayanların' dışında kalan kesime de çare olarak patronları gösteriyoruz. Her sene birkaç defa 'istihdam seferberliği' adı altında büyük patronlardan var olan istihdam sayılarını arttırmasını bekliyoruz. Peki Türkiye yeni istihdam ihtiyacını bu iki kaynaktan giderebilir mi?

YENİ GİRİŞİMCİLERE İHTİYAÇ VAR!

Dünyada yeni istihdam sorununu ne devlet ne de patronlar çözüyor. Yeni istihdamı yeni girişimler yaratıyor. Bizim de içinde yer aldığımız OECD ülkelerinde istihdam alanlarının üçte ikisini adına startup ya da KOBİ dediğimiz küçük ve orta ölçekli yeni girişimler sağlıyor. Türkiye'nin ne devlet kadrosuna ne de patron merhametine ihtiyacı var. İhtiyacımız olan şey yeni girişimciler.

TÜRKİYE GİRİŞİMCİLİK YARIŞINDA GERİLİYOR!

Yazar Ara



YAZARIN DİĞER YAZILARI

Çirkin elmanın hikâyesi

28 Ekim 2018

Bu ödevler bir işe yaramıyor!

21 Ekim 2018

Bir fikir bir ülkeyi kalkındırabilir

14 Ekim 2018

Yardımseveriz ama...

07 Ekim 2018

Bağırsak nasıl ikinci beyin ol

30 Eylül 2018



Son dakika gelişmelerin sen haberdar ol!

Bildirimlere izin vererek gün yakından takip et

EKONOMİK BÜYÜME VE İŞSİZLİK SORUNU

- ✘ Az gelişmiş ülkelerde en önemli sorunlardan biri işsizliktir. İşsizlik ürün/hizmet üretimi için yeni yatırımların yapılmaması sonucunda doğar. İşsizlikten kurtulmanın en etkin yolu , kişilerin kendi işlerini kurmalarıdır. **Girişimci sayısı ne kadar artarsa , istihdam oranı da o kadar artar.**

REKABET ORTAMI

- ✘ Rekabet arttıkça firmaların etkinliği artacak, tüketiciler ve toplum lehine daha kaliteli mal ve hizmet üretimi gerçekleşir. Girişimci sayısının artması rekabetin artmasına da sebep olacaktır. Rekabet kaliteyi arttıracaktır.

TOPLUM MENFAATLERİ

Girişimci sayısının artması ile toplumsal refah düzeyi , insanların hayat standartları da yükselecektir.

- × Girişimcilikte asıl amaç, daha çok para kazanmak ve gelir düzeyini yükseltmek olsa da, kazanç ve toplumsal yaşam kalitesi doğru orantılı olduğundan artan gelire birlikte toplumsal yaşam kalitesi de yükselecektir.

Girişimciler hem bilim ve teknolojiyi kullanarak, hem de bu alanlara kaynak aktararak bilim ve teknolojinin gelişmesine ön ayak olurlar.

Girişimciler yurtdışında, kendi ülkelerinin reklamını yaparlar.

Girişimciler kullanılmayan potansiyelleri kullanarak, bunların atıl olmalarını önlerler.

- × Örneğin turistik bölgelerde insanların evlerini pansiyon olarak kullanmaları.

BİREYSEL MENFAATLER

- ✘ Girişimciliğin en önemli faydalarından biri de bireyin kendi potansiyelini ortaya koyma ve yapmak istediklerini uygulama imkanı vermesidir. Bağımsız çalışma ve kendini gerçekleştirme gibi üst düzey ihtiyaçlar kişiyi girişimci olmaya ve risk almaya teşvik etmektedir.

-
- ✘ Kısaca girişimciliğin önemi kalkınmaya sağladığı katkılar açısından dır.
 - ✘ Oynamaktan maksat kazanmaktır.
 - ✘ Girişimcilikten maksat kalkınmaktır.

GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Türkiye'nin İşgücü Profili

- × 21.6 milyon kişi aktif olarak işgücü durumundadır
 - × Tarım'da 10.6 milyon kişi
 - × Sanayi'de 4.5 milyon kişi
 - × Hizmetlerde 6.5 milyon kişi
 - × (23 milyon dahil değil).
- × Ülkemizde 7 milyon kişi maaşlı, Yaklaşık 6.5 milyon kişi ise kendi işinde çalışmaktadır.

✘ Türkiye’de Girişimciliğin Lokomotifi KOBİ lerdir.

✘ Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin

- Toplam işletme içindeki oranı % 99.5
- Toplam istihdam oranı % 59
- Toplam yatırım oranı % 30-40
- Toplam ihracat oranı % 25

KOBİ LER DESTEKLENMELİ VE SAYILARI ARTTIRILMALIDIR.

Çünkü;

- En kolay istihdam yaratma yoludur.
- Kriz dönemlerine en dayanıklı sektördür.
- Gider kalemlerinin sabit kısmı küçüktür ve bu nedenle dayanıklıdırlar.
- Dinamiktirler, ekonomiye canlılık kazandırırılar.
- İşletme içi bürokrasi azdır, kararlar hızlı alınır.
- Esnektirler, Değişen pazara/talebe hemen uyum gösterirler.

-
- ✘ Ülkemizde girişimciliğin son yıllarda hızlı bir gelişme gösterdiğini bunun sebebinin ise Türkiye'de nüfusun hızlı bir şekilde artması olduğunu belirtmiştik. Apaçık ortadadır ki daha önceleri 15-20 milyon olan nüfusumuz 80 milyona ulaşmıştır. Genç ve dinamik bir nüfus sağlık, eğitim, hizmetler, gıda, ulaşım, bilgisayar ve benzeri alanlarda büyük bir talep demektir.

-
- ✘ Türkiye başta büyük şehirler olmak üzere bir şantiye görünümündedir. Ayrıca yurt dışında dahi Türkiye'yi temsil eden girişimcilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bir ülkede girişimcilik olmaksızın serbest rekabet tam anlamıyla işlemeyecektir.

-
- ✘ Artık günümüzde yaygın olan özelleştirme ancak girişimciliğe bağılı olarak işleyecektir. Devlet kuralları koyan kurum olduğu için kendisiyle rekabet edilmesi imkânsızdır. Devlet asli görevlerini yapacağı role çekildiğinde halen üretmekte olduğu mal ve hizmetleri tam rekabet kuralları içinde girişimciler üretmeye başlamıştır.

-
- ✘ Ülkemizde, Girişimciler ülke genelinde teknolojiyi geliştirmişler ve buna bağlı olarak ta ekonomiyi olumlu yönde etkilemişlerdir. Araştırma kurumları üniversiteler ne kadar üretken olurlarsa olsun sonuçta oluşan yeniliklerin uygulanıp hayata geçirilmesi yine girişimcilere bağlıdır.

-
- ✘ Girişimciler bilimsel ve teknolojik bulguları ve sonuçları başarılı bir şekilde uygulayıp başarılı oldukça bilim ve teknoloji ilerlemeye devam edecek, ülkemizde artan uluslar arası rakiplerle kolaylıkla rekabet edebilir hale gelecektir.

The logo for Vestel, featuring the word "VESTEL" in white, bold, uppercase letters on a red background. The red background is a trapezoidal shape that tapers to the left, with a black shadow effect on the left side.

VESTEL

GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

- ✘ GİRİŞİMCİLİK FARKLI BAKIŞ AÇILARINA GÖRE ŞU ŞEKİLDE SINIFLANDIRILABİLİR.

YÖNETSEL BECERİLERE DAYALI SINIFLANDIRMA

- × **ESNAF / ZANAATKAR:** ATALARDAN KALAN
TEKNİK BECERİLERE DAYALI
- × **FIRSATÇI GİRİŞİMCİ:** BÜYÜME ODAKLI
STRATEJİK PLAN YAPAN

ALINAN RİSK DÜZEYİNE GÖRE SINIFLANDIRMA

- × **DİNAMİK GİRİŞİMCİ** : PROAKTİF, AGRESİF, RADİKAL YENİLİKÇİ
- × **TAKİPÇİ GİRİŞİMCİ** : REAKTİF, UYUMLU & TEDRİCEN YENİLİKÇİ

FAALİYET SAHASINA VE BÜYÜKLÜĞE DAYALI SINIFLANDIRMA

- × **YEREL GİRİŞİMCİ** : SINIRLI ÖZ SERMAYE VE PERSONELE SAHİP, KÜÇÜK
- × **BÖLGESEL GİRİŞİMCİ**: ARTAN PAZAR PAYINA SAHİP, ORTA
- × **KÜRESEL GİRİŞİMCİ**: ULUSLARARASI ALANDA FAALİYET GÖSTEREN, BÜYÜK

2. BÖLÜM SONU

YAYGIN OLARAK KULLANILAN GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

- × Orijinal girişimcilik
- × İç girişimcilik
- × Kurumsal girişimcilik
- × Profesyonel girişimcilik
- × Teknik girişimcilik
- × Girişimci girişimciliği
- × Çevreci girişimcilik

ORJİNAL GİRİŞİMCİLİK

Bağımsız bir şekilde girişimciliği orijinal haliyle ilk defa oluşturan girişimciliktir.

Örneğin: San Francisco'dan girişimci ruhlu Jini Henderson, alışlagelmedik bir iş fikrini hayata geçirdi. Mağaza vitrinlerinde görmeye alıştığımız cansız mankenleri kiralama hizmetini ilk defa o başlattı.

Kulağa oldukça saçma gelen bu iş fikri, onu güzel ve rakipsiz bir pazarın tam merkezi haline getirdi. Kurduğu "Manken Deliliği" adlı şirket her geçen gün yükselmektedir. Girişimci, gösterilen ilgiye karşı kendisinin de şaşırıldığını fakat çok iyi bir pazar keşfettiği için mutlu olduğunu belirtiyor. İnsanların mankenleri daha çok bazı özel gün ve partilerde eğlence için kiraladıkları düşünülüyor. Ayrıca evinin dekoruna farklı hava katmak



İÇ GİRİŞİMCİLİK (INTRAPRENEURSHIP)

- ✘ Bu kavram, büyümek için küçük bir işletmenin satın alınmasıyla oluşan ortak girişim anlamında kullanılmasının yanı sıra, bazı araştırmacılar tarafından bir örgütün içindeki yeni yapılanmaları da tanımlar.
- İç-girişimciler bir örgüt içinde yenilik yapma sorumluluğunu alan bireylerdir.
- Onlar yaratıcı bir fikri kârlı bir işe ve eyleme nasıl dönüştürebileceğini araştıran kişilerdir.
- İç girişimci, mevcut örgütler içerisindeki bazı girişimcilik faaliyetlerini tanımlamak için de kullanılabilir.
- Bu faaliyetlerin açık bir örgütsel onay/destek ve kaynak ihtiyacı vardır.

İÇ GİRİŞİMCİLİK

- Orta düzey yöneticilerin iç kurumsal girişimcilik faaliyetleri ve çabalarının amacı, yeni riskler almak değil, çevrelerindeki değişimlerle başa çıkmak için yeni araçlar ve geleneksel sorunlara yenilikçi çözümler bulmaktır
- Bu nedenle bu kavram, işletmede yeni faaliyetler oluşturmanın yanı sıra, var olan faaliyetleri geliştirmek olarak genişletilmiştir.

İÇ GİRİŞİMCİLİK

- İlginç fikirler, yaratıcılık ve yenilikçilik, bir işletme içindeki iç girişimciliğin temel unsurlarıdır
- İç-girişimcilik de, diğerinde olduğu gibi yaratıcılık ve yenilikler üzerinde odaklanır
- Bu yenilikler genelde tamamen yeni bir iş alanlarına girmek yerine, yukarıda belirtildiği üzere, var olan bir işin geliştirilmesine ilişkin de olabilir.



İÇ GİRİŞİMCİLİK TANIMLARI

- × İÇ GİRİŞİMCİLİĞE AİT PEK ÇOK TANIM YAPILMIŞTIR.
- × Büyük kurumlar içerisindeki girişimcilik (Pinchot 1985)
- × Faaliyet halindeki bir organizasyon içerisinde yaratılan teşebbüslerle ilişkili girişimcilik(Luchsinger ve Bagby 1987)
- × Şirket içerisindeki girişimcilik (Kuratko vd. 1990)
- × Yeni ürünler veya hizmetlere yönelik fikirlerin ortaya çıkarılması ve bu fikirlerin kazançlı ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi için bir organizasyon içerisinde bireylerin ve ekiplerin çalışması (Hostager vd. 1998)
- × Mevcut bir kurum içerisinde bir veya daha fazla çalışan tarafından firma için önemli bir yeniliğin ortaya çıkarılması ve uygulanması (Carrier 1996)

GİRİŞİMCİLİK VE İÇ GİRİŞİMCİLİĞİN BENZER YÖNLERİ

- ✘ Her ikisi de öncü ve yenilikçiliğe odaklıdır. Yeni ürünler, yeni süreçler ve yönetim teknikleri konusunda farklılığı yakalamaya çalışırlar.
- ✘ Her ikisi de fırsatları kovalar ve katma değeri yüksek ürünler yaratmaya odaklıdırlar.
- ✘ Her ikisi de risk alırlar.
- ✘ Kaynakları etkili ve verimli kullanabilirler.

GİRİŞİMCİLİĞİN VE İÇ GİRİŞİMCİLİĞİN FARKLI YÖNLERİ

- × Girişimci geliştirici iken iç girişimci **güçlendiricidir**.
- × Girişimcinin savaşı **pazara yönelik** iken iç girişimcinin savaşı **şirket kültürüne** yöneliktir.
- × Girişimcinin çoğu zaman kaynakları sınırlıdır, kendisi fon yaratmak zorunda kalır. İç girişimci ise **var olan fonları kullanır**.
- × Girişimcinin katlandığı risk işletmeyi ilgilendirirken, iç girişimcinin katlandığı **risk kariyeri ile ilgilidir**.
- × İç-girişimciler bir örgütün mevcut dinamikleri içinde çalışmak zorundadır.

- ✘ Ayrıca onlar, örgüte ilişkin **yapılar, süreçler, kültür** vb. gibi değişkenlerden de önemli ölçüde etkilenirler.
- ✘ İç girişimcilerin örgüt içinde çok sayıda görevleri olması nedeniyle **girişimcilik özelliklerinin ayırt edilmesi güçtür.**
- ✘ Ayrıca, bu bireyler genellikle firmaya sağladıkları yararlardan çok **büyük bir kazanç elde etmezler**

× *İç girişimcilik olgusunun temelinde;*

- × • Özgürlük ve esneklik sağlamak
- × • Aktif davranmak
- × • Çalışanları girişimci gibi düşünmeye teşvik etmek
- × • Değer yaratmak
- × • Örgüte canlılık kazandırmak
- × • Risk almak gibi özellikler yer alır.

LC WAIKIKI bir fikrim var

Moda perakende sektörünün lider markası **LC Waikiki**, insan kaynakları alanında bir ilk'e imza atarak "[Bir Fikrim Var](#)" adında bir proje başlattı. Proje kapsamında Türkiye çapındaki mağazalarında görev alan tüm çalışanlarının fikrini dinleyen **LC Waikiki**, Danışma Kurulu'nun incelemesinin ardından Şirkete değer katacağına karar verilen fikirler belirlenerek kurum bünyesinde hayata geçirilecek.

Her ay farklı bir departmana yönelik fikirlerinin dinleneceği "[Bir Fikrim Var](#)" Projesi kapsamında ilk olarak "[İnsan Kaynakları](#)" Departmanına yönelik fikirler ele alındı. "[İnsan Kaynakları](#)" Departman'ının ardından Proje, Şirketin diğer operasyonlarını kapsayacak şekilde devam edecek.

Proje kapsamında, Türkiye çapında 400'e yakın mağazada görev alan **LC Waikiki** çalışanları, **LC Waikiki** Departmanlarının daha da geliştirilmesine yönelik fikirlerini, birfikrimvar@lcwaikiki.com üzerinden paylaşabiliyor.

Proje Nasıl İşliyor?

Proje birkaç aşamadan oluşuyor; ilk aşamada ilk üç ayda konu bazı ilerlenerek, [Çalışan İlişkileri Departmanı](#) tarafından, birfikrimvar@lcwaikiki.com üzerinden gelen fikir ve öneriler sınıflandırıldı ve komite toplantıları yapılarak uygulamaya alınabilecek öneriler tespit edildi.

İkinci aşamada, gelen öneriler içinde detaylı bilgi istenilen adaylardan, projelerini anlatmaları için **LC Waikiki** Genel Merkezi'nde sunum yapmaları istendi. Daha sonraki süreçte ise, "[Süreç İyileştirme Müdürlüğü](#)" ile paylaşım yapılarak, önerilerin uygulamaya konulması ile ilgili aşamaya geçildi.

Yılsonunda yapılacak olan "[Mağaza Liderleri Zirvesi](#)"nde ise, **Bir Fikrim Var** ödülleri verilmesi planlanıyor.

Yazarlarımız



Salih Keskin

Durgunluk ve Kriz Dönemleri İnovasyonun Ca Suyudur



Ali Kılıç

Teknoloji ve İnovasyon Yatırımları Kazandırmaya Devam Ediyor!



Emine Cin

Kadınlar, İş Hayatında 'Erkek Gibi Davranmak Zorunda Hissediyor



İdris Cin

Thread in Motion'ın Değeri Son Yatırımla 50 Milyon Lirayı Geçti



Emrah Altuntecim

Sinekten Yağ Çıkarmak, İş Dünyasında da Bir Sanattır



Nevzat Erdağ

Dikkat: Dijital Reklam Gelirleriniz Artık Stopaj Kapsamında!



Konuk Yazarlar

Kertenkele Üniversitesi Açılmazsa Markalaşamayız!

Haber Kategorileri

- Aile Şirketleri
- Analiz / Yorum
- Başarı Hikayeleri
- Başarısızlık Hikayeleri
- Bayilik / Franchise
- Bilim / Ar-Ge / Teknoloji
- Bilişim / Yazılım / İnternet
- Çocuk Girişimciler
- Destek / Kredi / Hibe
- Dijital Paralar
- Dünya'dan
- Eğitim / Üniversite
- Etkinlikler
- Fırsat / Promosyon
- Finans / FinTech
- Genç Girişimciler
- Gıda / Turizm /
- Girişim Çözümleri

970
Shares



KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Kurumsal girişimciliğe ilişkin literatürün önemli bir bölümü iç-girişimcilikle ilgilidir.
- ✘ performans ve büyüme amacıyla çevredeki fırsatları değerlendirerek risk alma, inovasyon, proaktivite ve agresif rekabetçiliğe yönelik işletme düzeyindeki eğilim ve davranışların bütünüdür.
- ✘ Kurumsal girişimcilik genel anlamda üzerinde anlaşılmış bulunan üç temel unsurdan oluşmaktadır.
- ✘ (1) inovasyon, (2) risk alma ve (3) proaktivite.

- ✘ Kurumsal girişimcilikteki asıl amaç, hızlı değişen pazar talebine karşı çevredeki fırsatları değere dönüştürebilen, yeni rekabet alanları ortaya çıkartabilen, dinamik, esnek ve inovasyona bağlı bir işletme davranışı oluşturmaktır.
- ✘ Kurumsal girişimci şirketlere örnek olarak **Apple, Prime Computer, Toyota, Sony** sayılırken Türkiye'de örnekler arasında ise bir yılı dolduran çalışanlarına kar payı dağıtan **Pegasus Havayolları, Sabancı holding, koç grubu** gibi şirketler gösterilebilir.

PROFOSYONEL GİRİŐİMÇİLİK

- ✘ İŞletmelerin işletme içinden ehil bir kişiye veya işletme dıŐından ehil bir kişiye devir edilmesi veya satılmasıdır

TEKNİK GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Genellikle yüksek teknolojiye sahip, tahsil düzeyleri yüksek bilgili ve deneyimli girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlardır.

GİRİŞİMCİ GİRİŞİMCİLİĞİ

- ✘ İyi projesi olan iyi bir iş fikri olan ve sağlam yenilik geliştirip bunları eyleme sokmakta güçlük çeken girişimciler için rasyonel bir ortak, iyi bir finansör iyi bir organizatör, cesur ve sağlam bir arkadaş bularak eyleme geçme şeklidir.

ÇEVRECİ GİRİŞİMCİLİK (YEŞİL - EKO GİRİŞİMCİLİK)

- × Çevresel sorunlara çözüm bularak sorunların içindeki fırsatları ortaya çıkaran bir girişimcilik. Özellikle atıkların yeniden değerlendirilmesi, yeniden dönüştürülmesinde çevreyi koruyan doğal üretim yöntemlerinin geliştirilmesinde (ekolojik tarım gibi) yeni girişimcilik fırsatları sunmaktır. Body Shop işletmesi, sorumluluk, çevre koruma bilinci ve doğal içeriklerden olağanüstü ürünler yaratma tutkusu ile 25 yıldır faaliyetlerini sürdüren bir ekogirişim işletmesidir.

FIRSAT GİRİŞİMCİLİĞİ

- ✘ Fırsat girişimciliği temelde, pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek, mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktır.
- ✘ Girişimci, geleceğe ait öngörülerde bulunarak, doğabilecek fırsatları kollar ve karlı olabilecek alanlara yatırım yapar.

- ✘ Malezya'dan ÷lkemize doğru esen girişim rüzgarı bardakta mısırı Türkiye'ye sevdirdi, artık her avm'de en az bir tane bulunur hale geldi, Girişimciler için halen cazipliğini koruyor, Sektördeki firmalar her geçen gün artıyor.



- ✘ Etsiz Çiğ Köfte kavramı yaygınlaştı, köşe başındaki dükkanında kendisi üretip satan firmalar markalaşip şube sayısını arttırdı ve fabrikalaştı. Çiğköftem, Komagene, Çiğ Köfteci Ömer Usta yakında size en yakın caddede açılmaya aday markalar.





TAZE MEYVESUYU CAFE

YARATICI GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Yarararıcı girişimcilik, yeni bir fikir veya buluşu, ya da mevcut olan bir mal veya hizmetin dizayn, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara sunulmasıdır.
- ✘ Yarararıcı girişimcilikte mevcut ürünlerde tasarım veya kullanım itibari ile bazı değişiklikler yapılması, hatta, tüketici beklentilerinin de ötesinde mevcut olmayan ürünleri yeni bir fikir veya buluşun pazara sürülmesi şeklinde üreterek, piyasaya sunmak önemlidir

- ✘ Bankaların otomatik ödeme konusunda yaptığı kampanyalara inat Fatura Ödeme Merkezleri çoğalıyor. 2008'de olgunlaşma dönemi yaşayan sektör güven eksikliğini aşmış durumda, Fatura Vizyon, Kredix Shop, Satışmatik, Fatura Express ilk akla gelen markalar, Fatura Ödeme merkezi açmanın maliyeti 20.000 YTL civarında



**FATURA ÖDEME
MERKEZİ**

- ✘ 2008'de hayatımıza mobil araç yıkama kavramı girdi, telefon ediyorsunuz aracınız kapınızın önünde minimum su harcayarak ve çevreye zarar vermeden yıkıyor. Büyük bir servis ağı gerektirdiği için bu sektör henüz yapılanma sürecinde.



MOBİL ARAÇ YIKAMA

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Sosyal girişimcinin görevi, toplumda yaşanan bir sorun olduğunda, bunu fark ederek gerekli çözümleri üretmektir. Sosyal girişimci neyin yolunda gitmediğini bulur, toplumu yeni sıçramalara ikna eder ve sistemi değiştirerek sorunun ortadan kalkmasını sağlar. Sosyal girişimciler yalnızca balık vermek ya da balık tutmayı öğretmekle yetinmez, balık endüstrisinde bir devrim oluşturana dek dinlenmeksizin çalışırlar.

- ✘ Sosyal girişimciler, ticari girişimcilerin de sahip olduğu vizyon, üretkenlik ve olağanüstü kararlılık gibi özellikleriyle, yaşamlarını toplumsal sorunlara yeni çözümler üretmeye adanmış olan kişilerdir. Her kültürde bulunan bu özgün bireyler kendi alanlarında (**çevre, eğitim, sağlık, insan hakları, toplumsal gelişme**), bir sonraki adımı öngörebilirler ve bu öngörü toplumun benimsediği bir oluşum hâline gelinceye kadar da yılmadan projeyi takip ederler.

TÜRKİYE'DEN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

- × Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
- × Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği
- × Toplum Gönüllüleri Vakfı
- × Umut Işığı Kadın Kooperatifi
- × Kalkınma Merkezi
- × Nilüfer Kadın Kooperatifi
- × Otistikler Derneği
- × Uçan Süpürge
- × Doğu Anadolu Tarımsal Üreticiler ve Besiciler Birliği
- × Umut Çocukları Derneği
- × AKUT

BAĞIMSIZ GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Girişimcilik, yeniliklerin ortaya çıkarılması, yeni istihdam yaratılması, yeni işletmeler kurulması ve ekonomik büyümenin ve toplumun refah seviyesinin artırılması bakımlarından ekonomik ve sosyal hayatta oynadığı rollerle ilgilidir.
- ✘ Buna göre bağımsız girişimcilik, girişimciliğin ekonomik ve sosyal hayatta oynadığı rollerin sınırlı biçimde ve daha çok yeni işletmelerin kurulması şeklinde algılanması ile ilgilidir.
- ✘ Bağımsız girişimcilik, en kısa anlatımla yeni organizasyonlar yaratma süreci olarak tanımlanabilir.

YATIRIMCI GİRİŞİMCİLİK

- × **Kişisel (Bireysel) Girişimcilik**
- × Sanayileşme sürecinin başlangıcında görülen bu girişimcilik tipidir.
- × Karar yetkisi tek kişinin elindedir.

BİLGİSİZ/BİLİNÇSİZ (KOPYACI) GİRİŞİMCİLİK

- ✘ Bilişimci girişimciliğin gereği gibi uygulanamaması durumunda buna karşıt terimlerle ifade edilebilecek değişik girişimci türleri söz konusu olabilir. Bunlardan birisi, eksik veya yanlış bilgi ile girişimciliğe yönelme anlamında bilgisiz girişimcilik olarak isimlendirilebilir.

STRATEJİK GİRİŞİMLER

- ✘ Küresel rekabetin artması ile yaygınlaşmıştır.
- ✘ İşletmeler arasında dayanışma ve kaynak birleştirme faaliyetlerinin genel adıdır/şeklidir.
 - Ortak dağıtım kanallarını kullanma
 - Ortak bilgi bankası oluşturma
 - Ar-Ge birimlerinin birleştirilmesi
 - Ortak Girişimler oluşturma (İş Ortaklıkları)

ORTAK GİRİŞİMCİLİK

- İş Ortaklıkları - Joint Venture

Belli bir iş için kurulan ortaklıklar. Genellikle büyük çaplı proje tipi taahhüt işlerinde, farklı uzmanlık gerektiren işlerde işbirliği yapma şeklinde olur

- Örnek: Baraj, Boğaziçi Köprüleri, Metro inşaatı vb.



GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET FAKTÖRÜ

- ✘ Kişilik özelliklerini de etkileyen cinsiyet faktörü, cinsiyet rollerinin ortaya çıkması sonucu girişimcilik kavramını da etkilemektedir. Cinsiyet rolleri, toplumun kadın ve erkek arasında sahip oldukları roller açısından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır. Toplum, kadınlara ve erkeklere onların kişisel tercihleri ya da yeteneklerine göre değil; toplumsal cinsiyet rollerine göre farklı görev ve sorumluluklar atfedebilmektedir.

- ✘ Toplumsal cinsiyet rolleri, geleneksel kökenlerin ve toplumsal değerlerin birleşiminden oluşur. Her ne kadar erkeklerin ve kadınların cinsiyet rolleri toplumdan topluma norm ve değer yargılarına göre farklılık gösterse de hemen her toplumda erkeklerin kadınlardan daha güçlü olduğu algısı, ikincil sırada olduğu anlayışı halen kabul edilebilir olarak görülmektedir. Gelişmiş olan ülkelerde kadınlar, cinsiyete dayalı rol ayırımından kaynaklanan sorunları çözmede önemli aşama kaydederek toplum içinde lider, yönetici ve girişimci gibi rollere adım atmışlardır, ancak gelişmekte olan toplumların çoğunda kadınların erkeklerle aynı fırsatlardan yararlanamadığı görülmektedir. Cinsiyetler arası bu fırsat eşitsizliğine, büyük ve küçük kentlerde yaşayan kadınlar arasında da rastlanmaktadır. Kadınlar büyük kenti oluşturan farklılaşmış, uzmanlaşmış ve örgütlenmiş bir çevrede çok daha etkin bir teknolojinin oluşturduğu kurumlarla çevrili yaşamaktadır ve hepsi az veya çok koşulların etkisiyle değişmektedir. Ülkemizde de özellikle büyük kentlerde kadınlar risk üstlenebilme, cesaretli ve kararlı olma, esneklik, yaratıcılık ve mesleki yeterlilik gibi girişimcilik özelliklerine daha fazla sahip iken, küçük kent olarak tanımlanabilecek alanlarda aynı durum söz konusu olamamaktadır

- ✘ Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların dünya genelinde yaşam kalitesinin yükseltilmesi, işgücü piyasasına katılımında ve istihdamında ekonomik faktörlerin yanında sosyo-demografik ve sosyo-kültürel faktörler de belirleyici olmaktadır. 2012 yılı itibariyle dünya ölçeğinde çalışma yaşındaki kadınların yüzde 50,3'ü işgücüne katılırken bu oran erkeklerde yüzde 76,5'dir. İstihdama baktığımızda, kadınların yüzde 47,1'i istihdam edilirken bu oran erkeklerde yüzde 72,2'dir. Dünyada tüm istihdamın yüzde 40'ı kadındır. Küresel düzeyde kadın işsizlik oranı yüzde 6,4, erkek işsizlik oranı yüzde 5,7 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'ye baktığımızda, 2012 yılında kadınların işgücüne katılma oranı yüzde 29,5, erkeklerin işgücüne katılma oranı yüzde 71, İstihdam oranı kadınlarda yüzde 26,3, erkeklerde yüzde 65, işsizlik oranı kadınlarda yüzde 10,8, erkeklerde yüzde 8,5 olarak gerçekleşmiştir.

- ✘ Dünyada kadın ve erkeklerin işgücüne katılımları ve istihdamı açısından hala büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılık ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre de değişmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı ve çalışma koşullarının eşitlenmemesi kadınların işgücüne katılımında ve istihdamında önemli bir sorundur. Kadınların işgücüne katılım, istihdam ve işsizlik oranları açısından Türkiye, dünya geneli ile kıyaslandığında, Türkiye'nin kadın işgücüne katılımı, istihdamı ve işsizliği açısından kötü bir noktada olduğu görülmektedir. Bu oranlar ülkemizde insan kaynaklarından, kadın potansiyelinden yeterince yararlanılmadığını göstermektedir. Türkiye'de toplumsal yapıda meydana gelen değişim ve gelişmelerle kendine yeni ve farklı roller yükleyen kadın, eğitim almaya, kendi konumunun farkına varmaya kısaca bilinçlenmeye başlamıştır (Berber ve Eser, 2008:3). Ancak cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik kat edilmesi gereken yol hala çok uzundur.

- ✘ Kategorik bir ayırım yapmadan tespit edilen farklılıklara baktığımızda:
- ✘ Kadın girişimciler bir iş kurup işletirken erkek meslektaşlarına göre daha fazla zorluk yaşamakta ve cinsiyete dayalı ayrımcılıkla karşılaşmaktadır. Bu nedenle erkekler daha çabuk girişimci olma kararı alırken kadınlar daha fazla zamana ihtiyaç duymaktadır. Erkek ve kadın girişimciler arasındaki diğer bir fark da işe başlama/ iş kurma yaşıdır. Erkekler girişimciliğe daha erken yaşlarda başlama eğilimindeyken, kadınlar iş tecrübesi, yönetim, uzmanlık ve deneyim eksikliği, rol çatışması ve zaman yönetimi, sermaye yetersizliği ve krediye erişim, fırsat eşitsizliği, ataerkil yapı vb. sosyodemografik, sosyo-kültürel, ekonomik çeşitli faktörlerden dolayı daha geç yaşlarda başlama eğilimindedir. Kadın girişimciler çoğunlukla 35-45 yaş arasında erkek girişimciler ise 25- 35 yaş arasında işletme kurmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002:76; Yetim, 2002:81; Aslan ve Atabey, 2005:5). Avrupa Komisyonunun Avrupa'daki Kadın Girişimciler Üzerine İstatistikî Veriler çalışmasında ise erkeklerin (yüzde 58) ve kadınların (yüzde 59) her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-49 yaş olduğu belirtilmektedir.

KADIN GİRİŞİMCİ

- ✘ Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temasa geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmenin elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riskleri üstlenen kişidir.

-
- ✘ Bu bağlamda kendi mesleğini icra eden kadınlar, eğitimini gördükleri alanlarda herhangi bir riske girmeden çalıştıkları için girişimci olarak kabul edilmemektedirler.
 - ✘ Ayrıca girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedirler.

KADIN GİRİŞİMCİLER

- ✘ Kadın girişimciliği 1970 li yıllardan itibaren gündeme gelmiş ve 1980 li yıllarda ise «Kadın Girişimciliği On Yılı» olarak adlandırılmıştır.
- ✘ **KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ NEDEN 1980 LERDE ÖNEM KAZANDI.**
- ✘ **Birincisi:** Liberal Ekonomi ve Serbet Piyasa anlayışının beraberinde getirdiği özel teşebbüsün değer kazanmış olmasıdır.
- ✘ **İkincisi:** Sosyo-Kültürel yapıda ve kadının konumuma ilişkin algının değişmiş olmasıdır.
- ✘ **Üçüncüsü:** Kadın hareketinin güç kazanması, yayılması ve etkileridir.
- ✘ **Dördüncüsü ise;** Artan hayat standardı beklentisine bağlı gelir ihtiyacının artmasıdır.

KADIN GİRİŞİMCİ

İŞVEREN

KENDİ
HESABINA
ÇALIŞAN

SERBEST
ÇALIŞAN

EVDE
ÇALIŞAN

-
- ✘ Kadın girişimciliğinin gelişimine bakıldığında “kendi işinde çalışma” veya “kendi hesabına çalışma” girişiminin girişimciliğin öncüsü konumunda olduğu bilinmektedir.
 - ✘ Kadın girişimciler genelde bütün ülkelerde “serbest meslek çalışanı” veya “küçük işletme sahibi” konumundadırlar.
 - ✘ Dolayısıyla, kadınlar enformel ekonominin önemli aktörleri olarak, formel mikro işletmeye daha az oranda sahiptirler.

TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

× 1. DÖNEM 1990 ÖNCESİ DÖNEM

- ✓ Politika yok
- ✓ KOSGEB henüz kurulmamış.
- ✓ Halk Bankası → Aile Kredisi, evde tüketim için
- ✓ TESK: Özel olarak kadın girişimciliği ile ilgilenmiyor.

2. DÖNEM : 1990-2000

× KURUMSALLAŞMA BAŞLIYOR

- Plan ve Programlarda kadın girişimciliğinin desteklenmesi politika olarak benimseniyor.
- 1990 KSGM → Ulusal Mekanizma
- 1990 KOSGEB → Halk Bankası işbirliği ile kadın girişimcilerin yatırımları için kredi veriyor.
- TESK: Kadın Girişimciliğini Teşvik (TESK Kadın Birimi)

3. DÖNEM: 2000-2010

KURUMSALLAŞMA DEVAM EDİYOR

- ✘ Bu dönemde kadın girişimciliği ile ilgilenen kurumların sayıları artmıştır.
- ✘ Bu alana aktarılan kaynaklar çoğalıyor. (Örn. İŞKUR ve SRAP)
- ✘ Özel Sektör devreye giriyor.
- ✘ Kadın örgütlerinin ilgisi artıyor ve projelerle kadınları girişimciliğe teşvik ediyorlar.
- ✘ Girişimciliğin teşvikinde alternatif modeller deneniyor.

KADIN GİRİŞİMCİLER

- ✘ Uluslararası alanda firma sahiplerinin % 25-33'ü kadınlardır.
- ✘ Ortadoğu'da oran % 13'lere kadar gerilemektedir.
- ✘ Avrupa'da yüksek artış gelişmiş ülkelerde iken Doğu Avrupa'da en düşük artışlar yaşanmaktadır.
- ✘ Türkiye'de kırsal alanda kadınların işgücüne katılım oranı %49.7'den %35.7'ye düşmüş, kentsel alanda ise %17.1'den % 21.3'e çıkmıştır.

ARTIŐIN NEDENLERİ

- Hukuki ve yasal dűzenlemeler
- Demografik gelişmeler
- ŐehirleŐme oranlarındaki artış
- Eğitim olanaklarının artması
- Geçim sıkıntısı ve ekonomik zorluklar
- Evlenme oranlarındaki azalma
- Toplumların kadınlara bakıŐı hakkındaki olumlu gelişmeler
- Çocuk bakımı ve diğer olumlu hizmetler

KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

- **İtme Nedenleri:**

- Ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları,
- Kadınlara uygun olmayan iş koşulları
- Kadınların özellikle ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına uğramaları

- **Çekme Nedenleri:**

- Bağımsızlık isteği
- Kendini gerçekleştirme isteği
- Kendi işinin patronu olma, aile ve iş sorumluluğu
- Arasındaki dengeyi kurma isteği

KADINLARI GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELTEN NEDENLER

✘ ZORLAYICI FAKTÖRLER

- Zorunluluk (Aile gelirinin yetersiz olması)
- Çalışılmakta olan işe karşı duyulan memnuniyetsizlik
- Yeni iş bulmakta yaşanan zorluklar
- İş saatlerinde esneklik arayışı

TEŞVİK EDİCİ FAKTÖRLER

- Kendini Gerçekleştirme Çabası
- Girişimcilik Güdüsü
- Zengin olma arzusu
- Sosyal Statü Edinme İsteği
- Güç elde etme isteği şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

- ✘ Kadın girişimciliği, bireysel düzeyde (serbest meslek olma yani seçim) ve firma düzeyinde (sahibi kadın olan ve yönetilen firmaların performans durumuna göre) erkek ve kadın girişimciliği arasındaki farkları ve kadın girişimciliğinin dinamiklerini anlamak için tahlil edilmelidir. Bir iş kurmada kadın ve erkeği motive eden veya harekete geçiren unsurların bir kısmı benzerlik göstermektedir. Erkek girişimciler gibi kadınlar da “bağımsız olmayı, otonomi, yüksek gelir elde etmeyi ve kendi işinin patronu olmayı istemektedirler.
- ✘ Bu noktada kadın ve erkekler arasındaki farklılık erkekler için özellikle “ekonomik” nedenler ön planda iken, kadınlar için önceliğin aile ihtiyaçlarının karşılanması şeklinde geliştiği söylenebilir.
- ✘ Erkekler için girişimcilik “bir iş kararı” olarak görülürken kadınlar için bu durum bir “ yaşam tercihi- aile ve kariyer beklentilerinin ortak bir paydada buluşturulması” olarak farklı bir anlam kazanmaktadır. Aile sorumluluğu ve annelik rollerinin etkisiyle kadınlar genellikle kariyerlerine ara vermek zorunda kalırlar. İşte bu noktada “girişimcilik” kadına kariyerine farklı bir noktadan devam etme imkanı sunarken annelik rolünü de sağlıklı bir şekilde devam ettirmesine imkan vermektedir.

KADIN GİRİŞİMCİ TİPLERİ (GOFFEE VE SCASE)

GİRİŞİMCİ YÖNELİM	CİNSİYET ROLLERİNE YÖNELİM	
	DÜŞÜK	YÜKSEK
	YÜKSEK	YENİLİKÇİ
DÜŞÜK	RADİKAL	EVCİL

-
- ✘ Bu faktörlerden ilkinine göre kadın girişimciler, bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğilimindedirler.
 - ✘ Diğer faktör de kadın girişimcilerin erkeklerin astı konumunda olmayı kabullenen geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir.

GELENEKSEL KADIN GİRİŞİMCİ

- ✘ Hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen “geleneksel girişimci”

YENİLİKÇİ KADIN GİRİŞİMCİ

- ✘ Girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan “yenilikçi girişimci”

EVCİL KADIN GİRİŞİMCİ

- ✘ Geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören “evcimen girişimci”

RADİKAL (KÖKTENCİ) KADIN GİRİŞİMCİ

- ✘ İş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden “köktenci girişimci”

Özellikleri	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	Başarı	Başarı
	Kişisel bağımsızlık	Bağımsızlık
	İş tatmini	
Çıkış Noktası	Mevcut işten memnunsuzluk	İşte ezilme
	Mevcut işin genişletilmesi	
	Deşarj ya da rahatlama	Girişime dair ilgi
	Kazanma fırsatı	Kişisel değişimler
Finansal Kaynaklar	Kişisel çaba ve birikim	Kişisel çaba ve birikimler
	Banka finansmanı	
	Yatırımcılar	Kişisel varlık
	Aile ya da arkadaş desteği	
Mesleki Altyapı	İş sahasındaki tecrübe	İş sahasındaki tecrübe
	Sahada yüksek başarı (Uzmanlık)	Sahada orta düzey yönetsel tecrübe
	Çeşitli dallarda rekabet	Hizmet sektörü ile ilgili mesleki altyapı
Kişisel Özellikler	Fikir sahibi ve ikna edici	Esneklik ve Tolerans
	Başarıya odaklanmış	Başarıya odaklanmış
	İdealist	Yaratıcı ve realist
	Yüksek düzeyde kendine güven	Orta düzeyde kendine güven
	Övgüye değer ve enerjik	Övgüye değer ve enerjik
	Kendinin patronu olmalı	Sosyal ve ekonomik çevre ile anlaşabilme yeteneği
Altyapı	Girişime başlama yaşı 25-35	Girişime başlama yaşı 35-40
	Babası kendi işine sahiptir	Babası kendi işine sahiptir
	Lisans derecesi: işletme ya da teknik saha	Lisans derecesi liberal sanat
	İlk doğan çocuk	İlk doğan çocuk
Destek Grupları	Arkadaşlar, profesyonel danışmanlar (avukat-muhasebeci)	Yakın arkadaşlar
	İş kuruluşları	Eş
	Eş	Aile
		Profesyonel kadın grupları
		Ticari işletmeler
Kurulan İşletme Türü	Üretim ya da yapı	Hizmet sektörü (eğitim servisleri, danışmanlık ya da halkla ilişkiler)

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ HANGİ KURULUŞLARCA DESTEKLENİR

- ✘ Hem Türkiye’de hem de dünya da kadın girişimciliğinin belli başlı 4 destekleyici kuruluşu vardır.

1. Devlet ve Kamu Kurumları (Devlet Bakanlığı, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Sanayi Bakanlığı “KOSGEB”), Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Bankalar vs)

- ✘ 2. Özel Sektör (BÜYÜK ÖLÇEKLİ FIRMA SAHIPLERİ)

- ✘ STK lar (TOBB, TESK, KEGEV, KAGİDER, KAGAV,KAMER)

- ✘ Uluslar arası Kuruluşlar (UNDP, ILO)

KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARI

- × Sermaye
- × Toplum Baskısı
- × Ayrımcılık ve Cam Tavan Engeli
- × Basma Kalıp Yargılar
- × Rol Çatışması
- × Eğitim Eksikliği
- × Mesleki Örgütlenme

SERMAYE

- ✘ Asya'da bazı ülkelerde kadının sahip olduklarına ailenin erkek üyesi el koyabiliyor.
- ✘ Türkiye'de kişisel ve aile tasarrufları ile sermaye
- ✘ banka yöneticilerinin ön yargılı tepkisi
- ✘ Çoğu banka kadınların eşlerinden ya da bir erkek garantörden kendi adlarına borç alabilmeleri ya da teminat için gayri menkullarını ipotek edebilmeleri için izin almalarını istemektedir.

TOPLUM BASKISI

- ✘ Ataerkil toplum yapısı
- ✘ «Kadının yeri evidir» anlayışı
- ✘ Erkek egemenliğine aykırı bir durum oluşturması

AYRIMCILIK VE CAM TAVAN SENDROMU (ÖĞRENİLMİŞ ÇARESİZLİK)

- Kadınların hemşire, sekreterlik ve öğretmenlik gibi işlere uygun görülmesi
- Mısır'da kadınlar polis, asker ya da adli görevlerde görev alamazlar.
- Erkeksi işler ve kadınsı işler
- Cinsiyete dayalı meslek ayrımcılığı
- Cam Tavan Sebepleri:
 - (1) Erkekler tarafından konulan engeller
 - (2) Kadın yöneticiler tarafından konulan engeller
 - (3) Kişinin kendine koyduğu engeller

BASMAKALIP YARGILAR

- ✘ Güvensizlik
- ✘ Ticari ve Yönetmel Tecrübe Eksikliği
- ✘ Başarısızlık Beklentisi

ROL ÇATIŞMASI

- Aile içi rol ve iş hayatındaki rolün birlikte yürütölemeyerek çatışmaya yol açması

MESLEKİ ÖRGÜTLENME

- ✘ Kadın örgütleri, sosyo-ekonomik bakımdan gelişmiş, gelişen ve geçiş dönemindeki ülkelerde sürekli artış göstermektedir.
- ✘ ABD'de 700 kadın örgütü
- ✘ Rus Kadınları Birliği
- ✘ Türkiye'de Kagider

SONUÇ

- × **TÜİK Kasım 2017 Temel İşgücü Göstergeleri veri tabanına göre** ülkede 15 yaş ve üzeri toplam nüfus 60 milyon 223 bin. Bu nüfusun 30 milyon 399 bini kadınlar ve 29 milyon 824 bini de erkeklerden oluşuyor. İşgücü olarak nitelendirilen nüfus ise 31 milyon 790 bin; bu sayının **10 milyon 287** binini kadınlar ve **21 milyon 503** binini erkekler oluşturuyor. İstihdam edilen nüfus içerisinde ise toplam **8 milyon 904 bin kadın** ve **19 milyon 612 bin erkek** var. Bu sayıları oransal olarak değerlendirdiğimizde büyük bir eşitsizlik gözümüze çarpıyor; çünkü 15 yaşın üzerindeki toplam nüfus içerisinde istihdam oranı erkeklerde %65,8 olmasına rağmen kadınlarda bu oran %29,3 seviyesinde kalıyor.



İŞGÜCÜ İSTATİSTİKLERİ

Kasım 2017 | Bin Kişi



TOPLAM



KADIN



ERKEK

15 Yaş Üzeri Nüfus

60.223

30.399

29.824

İşgücü

31.790

10.287

21.503

İş Gücüne Katılım Oranı

%52,8

%33,8

%72,1

İstihdam Oranı

%47,3

%29,3

%65,8



İŞSİZLİK İSTATİSTİKLERİ

Kasım 2017

İşsizlik Oranı

%10,3

%12,6

%8,8

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZENDİRİLMESİ

- ✘ Ülkemizde girişimciliğin Osmanlıya kadar dayandığı bilinmektedir. O dönemde yeterli olanak olmadığı için çiftçilik, memurluk gibi alanlara yönelişler söz konusuydu.
- ✘ Cumhuriyetin kurulmasını izleyen ilk yıllarda ekonomi ve sosyal kalkınmanın özel sektörün eline geçmesi düşünülmüş ve bu alanda teşvik çalışmaları başlamıştır. Fakat daha sonra anlaşılmıştır ki tek başına özel sektör işlerin üstesinden gelemeyecektir. Bunun üzerine hem ekonomik hem de sosyal kalkınmanın hızla gerçekleştirilmesine yönelik özel sektöre öncülük etmesi amacıyla devletin bu görevi üstlenmesi öngörülmüştür.
- ✘ O yıllarda yeterli girişimcinin bulunmaması ve sermayenin yetersiz olması özel sektörün başarısızlığında önemli rol oynamıştır.

- ✘ 1950-1980 yılları arasında da özel sektörün geliştirilmesi için çabalar sürdürülürken 1980 sonrasında ihracata yönelik ekonomi politikalarının izlenmesiyle beraber serbest piyasa ekonomisi ve özelleştirmelerin etkisiyle kamu teşebbüslerinin önemi azalmıştır.
- ✘ 2007-2013 dönemini kapsayan 9. kalkınma planında aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem verilmekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık ve rehber hizmetleri ile mesleki eğitim kursları yoluyla etkili işgücü politikalarının uygulanması hedeflenmektedir. Gelir dağılımının geliştirilmesi için de özellikle kırsal kesimde ve az gelişmiş bölgelerde girişimcilik teşvik edilmektedir.
- ✘ ***Girişimciler 2011 yılına en fazla toptan ve perakende ticaret alanlarında faaliyet göstermişlerdir.***

- ✘ Gelişmekte olan ülkelerin yapısal iki temel sorunları vardır. Bunlardan birincisi sermaye birikiminin yetersizliği ikincisi de; esas itibariyle yine bu sorunlardan kaynaklanan düşük istihdamdır. Bir ülkede var olan tüketimve üretim mallarının toplamı o ülkenin toplam sermayesi, diğer bir deyişle onun üretim gücü olarak kabul edilir. Bu malların yıldan yıla artması ülkenin geliştiğinin ve zenginleştiğinin de göstergesidir. O halde denilebilir ki bir toplumun gelişmemesinin nedeni sermayenin yani üretim ve tüketim mallarının yetersiz oluşudur.
- ✘ Ülkemizde girişimciliğin son yıllarda hızla gelişme göstermiştir. Bunun sebebi ise Türkiye de nüfusun hızlı bir şekilde artmasıdır. Daha önceleri 15-20 milyon arasında olan nüfusumuz günümüz itibariyle 80 milyonu geçmiştir.
- ✘ Genç ve dinamik bir nüfus sağlık, eğitim, hizmetler, gıda, ulaşım, bilgisayar vb alanlarda büyük bir talep demektir.

-
- ✘ Hükümetlerin girişimcilik politikasıyla çok ciddi olarak ilgilnemelerini gerektiren hayati öneme sahip olan nedenler vardır.
 - ✘ Bunların arasında en önemli 2 neden
 - ✘ 1. İNNOVASYON ve TEKNOLOJİK GELİŞME: Ekonomik büyüme ve ülkenin kalkınması için hayati bir öneme sahiptir.
 - ✘ 2. YENİ GİRİŞİMCİLER: İnnovasyonun en önemli teşvik edici unsurlarıdır.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

- ✘ Yeni dönemin zenginlik sektörleri inovasyona ağırlık veren sektörler olacaktır. Bu nedenle bu tür sektörler tercih edilmeli ve desteklenmelidir.
- ✘ Türkiye emek yoğun sektörlerde büyüme fırsatlarının sonlarına gelinmiştir. Sermaye yoğun sektörler ise güç kazanmaya devam etmektedir. İşte bu nedenle yeni girişimcilik politikaları üretilmeli bu yönde ihracat ve istihdam ön planda tutulmalıdır.

- ✘ Türkiye nüfusunun önemli bir girişimci potansiyeli olan kadınlar ve gençler girişimci olarak değerlendirilmemektedir. Önceki sunumlarda belirttiğimiz üzere tüm işverenler arasında kadın işverenlerin oranı %3,3 gibi oldukça düşük bir seviyededir. 30 yaşın altında bulunan gençlerin %64 ü işsizdir. Girişimci sayısı ile ilgili ilginç bir bulgu, girişimci erkek ve kadınların oranlarıdır. Çıkış ve inişlere rağmen kendi hesabına çalışan kadınlar toplamda kendi hesabına çalışan girişimcilerin %10 u civarındadır.
- ✘ Hem işverenleri hem de kendi hesabına çalışanları girişimci diye düşünürsek Türkiye’de erkek girişimciler, kadın girişimcilerin 7 katıdır. Girişimciyi sadece “işveren” olarak tanımlayan uluslar arası alanda bir çalışmada bulunan 29 ülke sonucuna göre ise erkek girişimci oranının kadın girişimcilere göre iki kat fazla olduğu saptanmıştır. Bu tanımlamaya göre Türkiye’de erkek girişimciler kadın girişimcilerin tam 29 katıdır.
- ✘ Türkiye genelinden şehirlerin girişimcilik performansına inildiğinde ise girişimcilik performansı en fazla gelişmiş olan illerin sadece “İstanbul ve Kocaeli” olduğu görülmüştür.

GİRİŞİMCİLİK KONUSUNDA KARŞILAŞILAN ENGELLER VE KISITLAR.

- ✘ Girişimcilik konusunda girişim öncesi ve sonrası önemli engel ve kısıtlarla karşılaşmaktadır.
- ✘ Bürokratik Zorluklar
- ✘ Finansal Zorluklar
- ✘ Sermaye Yetersizliği
- ✘ Girişimcilerin Eğitimlerinin Düşük Olması
- ✘ Girişimcilik eğitimlerine yeterli önemin verilmemesi
- ✘ Girişimcilerin deneyimlerinin olmaması veya az olması
- ✘ Girişimcilerin yeterli sermayeye sahip olmamaları
- ✘ Girişimcilerin kendilerini iyi değerlendirmeden başarılı bir örneği taklit etmek amacıyla hiçbir araştırma yapmadan işe başlamaları.
- ✘ Girişimcilerin işlerini sevmemeleri.
- ✘ Girişimcilerin amaç ve hedeflerinin olmaması.
- ✘ Girişimcilerin profesyonellikten uzak durmaları ve danışmanlık şirketlerinden görüş almamaları.

GELİŞMEK İÇİN ENGELLERİN KALDIRILMASI GEREKİR.

- ✘ Girişimcilerin karşılaştıkları sorun ve engellerin kaldırılarak girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilerin başarılı olmaları için önemlidir.
- ✘ Bu amaçla şu çalışmalar yapılabilir.
- ✘ Bürokratik engeller azaltılabilir.
- ✘ Vergi işlemleri sadeleştirilip yeni bir vergi uygulaması getirilerek vergide teşvik sağlanabilir.
- ✘ Vergi yükü azaltılabilir
- ✘ Girişimci klavuzları hazırlanarak başvuru süreçleri sadeleştirilebilir.
- ✘ Özel danışma büroları kurularak girişimcilere sürekli bilgi akışı sağlanabilir.
- ✘ İş Yeri açma ve kapama işlemleri sadeleştirilebilir.
- ✘ Sigorta işlemleri sadeleştirilebilir.
- ✘ İhracat ve İthalat işlemleri sadeleştirilerek girişimcilere Pazar bulma, yurt dışı üretim ve satış gibi konularda alanlar açılabilir.
- ✘ Haksız rekabeti önleyici çalışmalar yapılabilir.

-
- ✘ Girişimcilerin ARGE geliştirmelerine kaynak sağlanabilir. ARGE bulguları ödüllendirilerek teşvik gücü arttırılabilir.
 - ✘ Girişimcilere destek sağlayacak dernek ve kulüpler kurulabilir.
 - ✘ Girişimcilik eğitimleri yaygınlaştırılarak bu eğitimleri veren kurumlar desteklenebilir.
 - ✘ Kitle iletişim araçları girişimcilik alanında etkin reklam aracı olarak kullanılabilir.
 - ✘ Profesyonel firmalarca veya devletin ilgili kurumları tarafından hayata geçirilmesi muhtemel yeni iş fikirleri üretilerek girişimcilere sunulabilir.
 - ✘ Girişimcilere ilave sosyal güvenceler sağlanabilir.

GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ

✘ Girişimcilerin, iş kurabilmek ve ayakta kalabilmek için başta devlet ve STK lar olmak üzere birçok kişi ve kurumun farklı konularda desteklerine ihtiyaçları vardır.

✘ **KOSGEB DESTEKLERİ:**

✘ **1. GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI**

Girişimcilik Destek Programı 3 Ana Programdan Oluşur.

- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
- Yeni Girişimci Desteği
- İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği
- **2. ARGE. İNOVASYON ve ENDÜSTRİYEL DESTEK PROGRAMI**
- **3. İŞKUR DESTEKLERİ**
- **4. TÜBİTAK DESTEKLERİ**
- **5. AB REKABET EDEBİLİRLİK ve YENİLİK ÇERÇEVE PROGRAMI (CIP)**
- **6. TC BİLİM SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ**

-
- × **MİLLİ PRODÜKTİVİTE MERKEZİ (MPM),** İşletmelere danışmanlık, eğitim, teknik ve bilgi hizmeti sunmaktadır.
 - × **TİCARET ve SANAYİ ODALARI;** Üyelerinin mesleki sorunlarını çözümlenmek amacıyla araştırmalar yapmak ve bunları yayınlamak, eğitim seminerleri ve paneller düzenlemek, üyelerinin sorunlarını ilgili mercilere iletmek türünden hizmetler vermektedir.

KOBİLERE DESTEK SAĞLAYAN DİĞER KURULUŞLAR

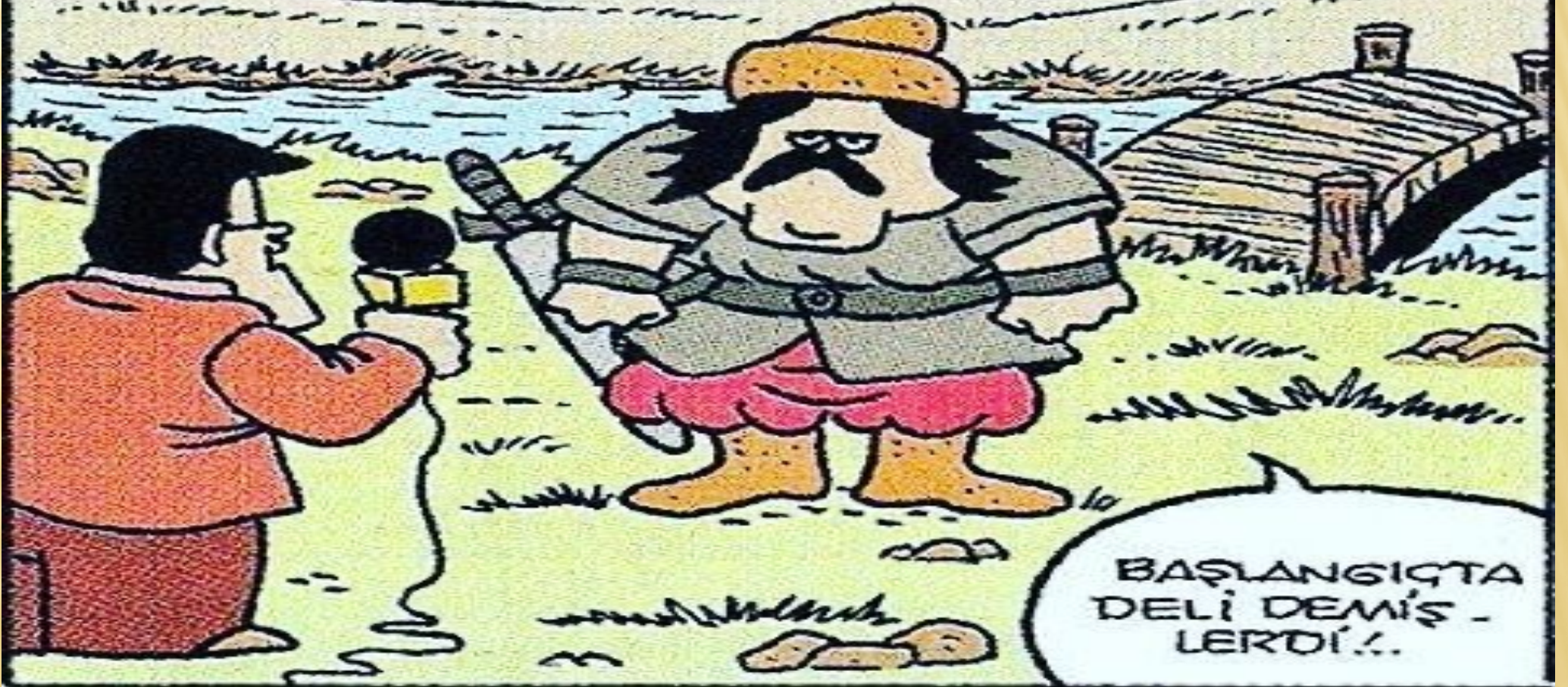
- × Türkiye Vakıflar Bankası Kredileri
- × KOBİ' AŞ
- × Kredi Garanti Fonu
- × Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatları Genel Müdürlüğü
- × GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
- × Satış Kooperatifleri
- × Esnaf ve Sanatkarlar Kefalet Kooperatifleri
- × Birleşmiş Milletlerin Sınai Kalkınma Örgütü Ankara Ofisi vb.

SONUÇ

- ✘ Uzun yıllar ülkemizde girişimcilik ruhu genç kuşaklar arasında gelişme gösterememiştir. Bunun nedenleri arasında ailenin büyük bir etkisi vardır. Genellikle babası sanayici ve iş adamı olanlar girişimciliğe yönelmekte, memur olanlar ise profesyonel yöneticiliğe adım atmaktadırlar. Kırsal kesimde yaşayan insanlar ise kendilerine iş güvencesi sağlamak için özellikle devlet sektörünü seçmektedirler.
- ✘ Girişimci kişilerin yetişmesi ve girişimci ruhunun oluşabilmesi yeni bir kültürün oluşumunu gerektirmektedir. Bu nedenle toplumdaki bakış açısının değişmesi de zorunludur. Türkiye’de iş yapabilme zorluğu ve zor ekonomik koşullar insanların daha yaratıcı, rekabetçi, girişimci ve atılgan olmasını gerektirmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve bilgi kaynaklarına daha hızlı ulaşımdan yola çıkarak küresel ve ulusal boyutta girişimciliğin geliştirilmesi özendirilmeli ve teşvik edilmelidir.

× Bir ülkenin ekonomik geleceği sadece NE ürettiği ile değil, daha önemli olarak bunları NASIL ürettiği ile ilgilidir.

İSTE BİR ANADOLU
GİRİŞİMCİSİ... DELİ DUMRUL
KURDUĞU KÖPRÜYLE
2 YILDA BÖLGENİN SAYILI
İŞADAMLARINDAN BİRİ
HALİNE GELDİ... ANLATIR
MISINIZ BİRAZ?..



BAŞLANGIÇTA
DELİ DEMİŞ -
LERDİ...!

İŞ FİKRİ VE İŞ KAYNAKLARI

- ✘ İş fikri, işletmenin ilk adımı ve başlangıcıdır. Girişimcilerin başarılı olabileceklerine inandıkları, yetenekleri, bilgi ve beceri düzeylerine uygun sahip olduğunu düşündükleri ve uygulamaya karar verdikleri fikirlere iş fikri denir.

-
- ✘ İş fikri bulabilmenin birkaç yolu mevcuttur. Bu yollar şu şekilde sıralanabilir:
 - ✘ Girişimci adayı yeni bir fikir geliştirebilir.
 - ✘ Başkasının fikrini model alabilir veya değiştirerek kullanabilir.
 - ✘ Başka birisinden iş fikri satın alabilir.

İŞ FİKRİ ÜRETMEK İÇİN KAYNAKLAR

- × İş fikrinin gelişimini birçok unsur etkiler. *Geçmiş deneyimler, yaşanan başarı yada başarısızlıklar, gözlemlenen olaylar, işletmeler ve bireylerle olan ilişkiler* iş fikrinin doğmasını etkileyen başlıca unsurlardır. İş fikrinin başlıca kaynakları ise şunlardır.
- × **Mevcut İşletmeler**
- × **Tüketiciler**
- × **Dağıtım Kanalları**
- × **AR-GE**

-
- × Yenilikler
 - × Patentler ve Lisans Anlaşmaları
 - × Araştırma Kurumları
 - × Devlet
 - × Sanayi ve Ticaret Bağlantıları ile Fuarlar
 - × Gazete, dergi ve ekonomik bültenler
 - × İnternet
 - × Televizyon ve Radyo

İŞ FİKİRLERİ OLUŞTURMA YÖNTEMLERİ

- ✘ İş fikirleri müşterilerin günümüzde ve gelecekteki ihtiyaçlarına cevap vermeli ve sorunlarını çözmelidir.
- ✘ *İş Fikirlerinin Oluşmasına Zemin Hazırlayan Durumlar.*
- ✘ *Sorunların Çözümü;* Birçok ürün ve hizmet belli sorunların çözümüne yanıt olarak geliştirilmiştir.(Leke Çözücü, Ayakkabılar için tüp cila, Süpermarket el arabaları, Hırsızlık alarmı vb)

- ✘ Bunların her biri belli bir sorunla baş edebilmek için tasarlanmıştır.
- ✘ Bir sorunla karşı karşıya olduğumuzda sorunları çözmek için takip edilen aşamalar dizisi aşağıda sıralanmıştır.
 - Olguların/ gerçeklerin belirlenmesi
 - Sorunun nedeninin öğrenilmesi
 - Çözümler hakkında düşünülmesi
 - Mümkün olan çözümlerin belirlenmesi
 - En iyi çözümün seçilmesi
 - Seçilen çözümün uygulanması ve
 - Başarı veya başarısızlığın değerlendirilmesi

İHTİYAÇLARI KARŞILAMAK

- ✘ İnsanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için bir çok iş fikri üretilmiştir. Binlerce ihtiyaç ve isteğimiz vardır. İnsanların temel ihtiyaçları « Yiyecek/içecek, barınma, giyim, ulaştırma, eğlence, bilgi, arkadaşlık vs» bunlar üzerinde düşünülerek yeni iş fikirleri oluşturulabilir.

BECERİLERİ KULLANMAK

- ✘ Birçok insan iç güdüsel olarak sahip oldukları iş becerilerine dayalı bir iş kurmayı düşünür. Bunlar; kaynakçılık, aşçılık, mühendislik veya kelime işlem hizmetleri olabilir.
- ✘ İşte edinilen becerilere dayalı bir iş kurmak çoğu zaman mümkündür. Başka bir çok insanda da aynı becerilerin olması ve dolayısıyla da çok güçlü bir rekabet olması muhtemeldir.
- ✘ Buna karşı önlem almanın bir yolu işe kendine has bir özellik vermektir. Örneğin; beceriniz aşçılıksa ihtisas gerektiren ve sizin yapabileceğiniz, başarılı olabileceğiniz bir ürün arayın.

TAKLİT

- ✘ Yapılan bir girişimin başarılı olduğunu görerek aynı yerde aynı tipte benzer hizmetler veren bir şirket kurmak mantığına dayanır. Ülkemizde eskiden beri kullanılan çok yaygın bir anlayıştır.
- ✘ Oysa her işletme kendi içinde bir dinamiğe sahiptir. Bir başkasının yaptığıının aynısını yaparak bir adım öne geçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan işe ve hizmete mutlaka yenilik getirilmeli, bir iş fikri hayata geçirilirken yenilikçi tarafı mutlaka ön plana çıkarılmalıdır.
- ✘ İş Fikirleri oluşturmak için kullanılan yöntemlerden bazıları şunlardır.

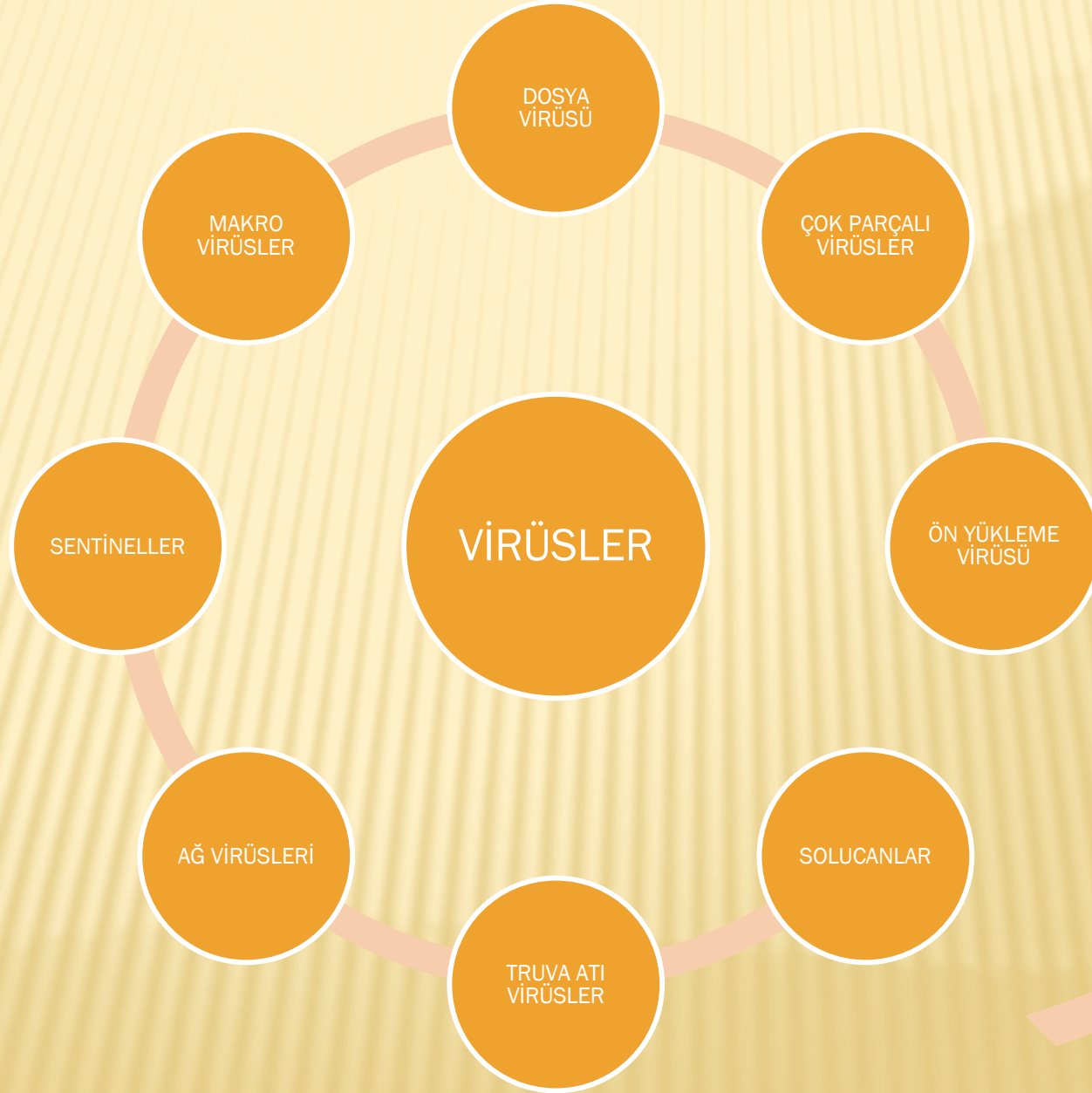
- × **BEYİN FIRTINASI:** Bir konuya çözüm getirmek, karar vermek, hayal yoluyla düşünce ve fikir üretmek için kullanılan üretimci bir tekniktir.
- × Beyin fırtınası tek başına yapılabileceği gibi bir grupta da yapılabilir. Bu yöntemde fikirlerin akla gelir gelmez açığa çıkarılması istenir. Fikirler başta yadırganmaz ve eleştirilmez. Hiçbir fikir saçma olarak değerlendirilmez. Böylece kişinin tüm fikirlerini özgürce, çekinmeden, aklına geldiği gibi sunması sağlanmaya çalışılır. Yargılama yapılmadığı için fikirlerin birbirini besleyeceği varsayılır.

TERS BEYİN FIRTINASI

- ✘ Beyin fırtınası belirli bir problemi çözmeyi veya belirli bir amaca ulaşmayı hedeflemektedir. Ters beyin fırtınası ise beyin fırtınası yöntemindeki sorunun ya da amacın tersten ele alınarak uygulanması halidir.
- ✘ Beyin fırtınası «hangi düşüncelerle başarılı olunabilir» düşüncesi temelinde yapılırken, ters beyin fırtınasında ise yapılabilecek hatalar ve başarının önündeki engeller aranır.

ZİHİN HARİTASI

- ✘ Fikirler haritası olarak ta isimlendirilen bu yöntem, beyin fırtınasına benzemektedir. Bu yöntemde önce büyük bir kutu (veya daire) içine bir anahtar kelime veya düşünce yazılır. Bu kelime ile ilgili bir fikir kişinin aklına geldikçe kutu içine yazıldıktan sonra fikirler arasında bağlantı kurulmaya çalışılır. Bağlantılı kutuların her serisi olabildiğince araştırılarak uzatılır. İsteddiğiniz kadar bağlantıyı kutu ile uzatabilirsiniz.
- ✘ Bu yöntem kişinin bulduğu iş fikirlerini görselleştirmek, sınıflamak, karar almak, problem çözmek, organizasyon yapmak ve üzerinde çalışmak için oldukça faydalı bir yöntemdir.



GİRİŞİM FİKİRLERİNE KARAR VERME (FİKİRLERİN DÜZENLENMESİ)

Bulunan birçok iş fikrinden hangilerinin tercih edileceği yada hangilerinin daha az önem arz ettiğini sıralama çizelgesi yardımıyla tespit edebiliriz. Basit bir sıralama çizelgesinde bir tarafa fikirler yazılır diğer tarafa ise bu fikirlere ait etkenler yazılır. Her bir fikir bu etkenler açısından değerlendirilir. Fikirlerle etkenler ilişkilendirilir. Daha sonra fikirler en çok olumlu ilişkiye sahip olandan olmayana doğru sıralanır. Genellikle en çok ilişkiye sahip ilk iki veya üç fikir üzerinde durulur.

FİKİRLER

ETKENLER



GZFT (SWOT ANALİZİ)

- ✘ Bir işe başlamadan önce işiniz ve kendinizle ilgili güçlü ve zayıf yönlerinizin farkında olmalısınız. Ayrıca dış konuların yani “piyasadaki, sektördeki, ülke ve dünya ekonomisindeki” risk ve fırsatların da analiz edilmesi gerekir.
- ✘ SWOT analizi, bir iş fikrinin güçlü ve zayıf yanları ile dışarıdan gelebilecek olan fırsat ve tehlikeleri ön görerek bunları aynı anda değerlendirme fırsatları verir.
- ✘ SWOT Analizi ile hem önümüzdeki döneme ait fırsatlar değerlendirilir hem de tehditler önlenerek hedefler daha gerçekçi belirlenebilir.

SWOT NEDİR?

- × **S- Strength : Güçlü Yanlar** (Kişinin ve işletmenin güçlü, pozitif, öne çıkan yanları)
- × **W- Weakness : Zayıf Yanlar** (İşletmenin olumsuz ve zayıf yönleri)
- × **O- Opportunity: Fırsatlar** (İşletmenin kendi içinde ve dışarda sahip olduğu fırsatlar)
- × **T- Threat: Tehditler** (Kurumun önümüzdeki süreçte “ tehlike, risk, tehdit” olarak görülen özellikleri)

KAHVE DÜNYASI

GÜÇLÜ YÖNLER

TÜRK MARKASI
GELENEKSEL
TÜRMİSAFİRPERVERLİĞİ
İKRAMLAR
MASADA SİPARİŞ
UYGUN FİYATLAR
ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ
KATKISIZ/DOĞAL ÜRÜNLER

ZAYIF YÖNLER

UZAYAN SERVİS SÜRESİ
BASKIN ÜRÜN BELİRSİZLİĞİ
REKLAMA AZ YER VERİLMESİ
MAĞAZA YAYGINLIĞI

FIRSATLAR

TÜRKİYEDE KAHVE KÜLTÜRÜNÜN
ARTIŞI
BÜYÜYEN KAHVE TÜKETİMİ
GENÇ NÜFUS ARTIŞI
GELİŞEN TEKNOLOJİ İLE
MALİYETLERİ DÜŞÜRME İMKANI

TEHDİTLER

YAYGINLAŞAN, YABANCI ve
POPÜLER KAHVE ZİNCİRLERİ
MALİYETLERİN SÜREKLİ ARTMASI
RAKİPLERİN ÜRÜNLERDE
YAPTIKLARI YENİLİKLER
KÜRESEL EKONOMİK KRİZ

SWOT ANALİZİ OLUŞTURURKEN SORULACAK OLAN SORULAR

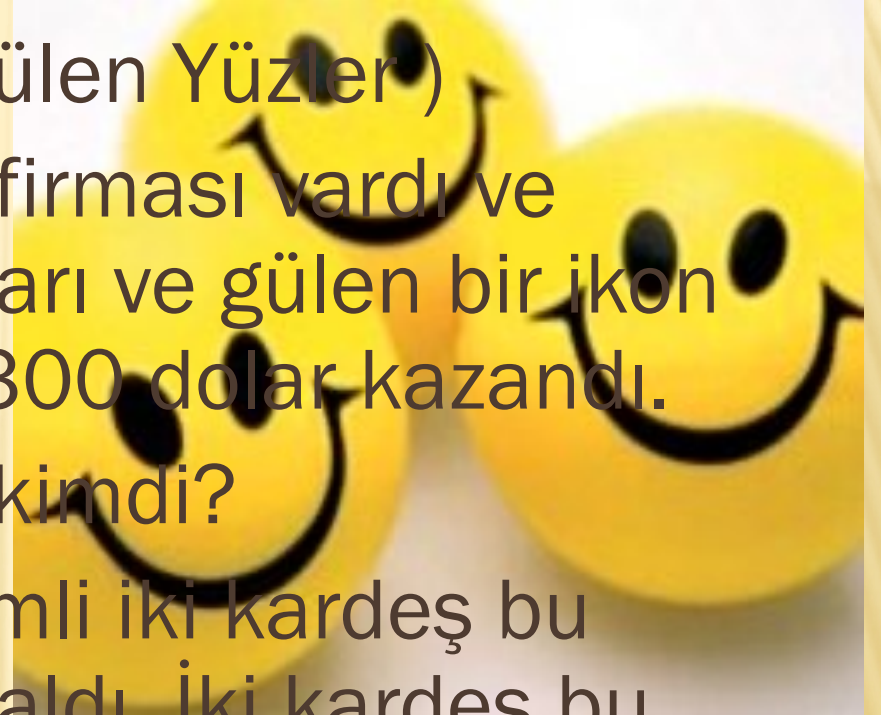
- × GÜÇLÜ YANLAR (Kişinin / İşletmenin Güçlü Tarafları)
 - × En iyi olduğunuz alan nedir?
 - × Fikrinizi Farklı Kılan Unsur Nedir?
 - × Bu Ürün yada Hizmet fikri yalnızca sizde mi var?
 - × Yetenkeli ve Yaratıcı bir çalışma ekibi oluşturabilecekmisiniz?
- × ZAYIF YANLAR (Kişinin / İşletmenin Olumsuz Yanları)
 - × Kaynaklarınız (İnsan, Para, Varlık) yeterli mi?
 - × Ekibinize güçlü bir liderlik yapabilecekmisiniz?

FIRSATLAR (İŞLETMENİN KENDİ İÇİNDE VE DIŞARDA SAHİP OLDUĞU FIRSATLAR)

- × Ürün yada hizmetiniz için oluşacak olan talebi öngörebiliyormusunuz?
- × Rakiplerinizin gözden kaçırdığı neleri siz yakaladınız?
- × Pazarda yeni oyuncu için yer var mı?
- × **TEHDİTLER (Kurumun önümüzdeki Dönemde “Tehlike, Risk, Tehdit” Olarak Görülen Durumları)**
- × Pazara yeni rakiplerin girme ihtimali
- × Ürün ve Hizmetlerin kısa sürede modasının geçme riski
- × Rakiplerin yoğun olduğu bir sektörde bulunma sorunu
- × Müşterilerin sizden değil de doğrudan üreticiden satın alma riski varmıdır?

ZENGİN EDEN SAÇMA İŞ FİKİRLERİ

- ✘ Yellow Smiley Faces (Sarı Gülen Yüzler)
- ✘ Harwey'in bir halkla ilişkiler firması vardı ve müşterisinin isteği üzerine sarı ve gülen bir ikon oluşturdu. Harwey bu işten 300 dolar kazandı.
- ✘ Peki bu işten para kazanan kimdi?
- ✘ Bernard ve Murray Spain isimli iki kardeş bu ikonun yasal haklarını satın aldı. İki kardeş bu ikonu mümkün olan her yere koymaya başladı. Sarı gülen yüz bir anda yayıldı. Bu coşku 1971 de tavan yaptı ve bir buçuk sene sonra düşmeye başladı. Ancak bu süre zarfında kardeşler 50 milyon dolar kazanmışlardı.



YAPIŞKAN ÖRÜMCEK



- ✘ Annesi bir gün Ken Hakuta ya Çin den bir hediye gönderdi. Bu bilinen ilk yapışkan örümcekti. Hakuta bu hediyeden o kadar etkilendi ki 100.000 \$ karşılığında haklarını satın aldı ve ürünü pazarlamaya başladı.
- ✘ Birkaç ay içinde ürün 240 milyondan fazla bir satış rakamına ulaştı ve Hakuta bu ürünün pazarlamasından yaklaşık 80 milyon \$ para kazandı.

FIRINA ATILIP ISITILABİLEN YASTIK

- ✘ 2002 yılında Kim Lavine isimli kadın girişimci, mikrodalga fırında ısıtılabilen Wuvit adında bir yastık üretti ve ailesinin tüm finansal durumunu değiştirdi. Bu fikri denemek isterken eşi işten ayrıldı ve hiçbir gelirleri yoktu. Ancak mikrodalga yastıklar sayesinde 2 ay içinde 250.000 dolar kazanmayı başardı. Kim, servetinin görece basit ve alışılmadık bir yöntemle kazansa da en büyük kadın girişimcilerden biri olarak gösteriliyor. Hatta girişimcilikle ilgili iki kitabın da yazarı.



SARILAN YASTIK



- ✘ Zaman zaman herkes yalnızlık çeker. Özellikle de geceleri, yataktayken, uykuya dalmadan hemen önce hayatımızla ilgili seçimleri sorgulamaya başlarız. Bazen hepimiz “Ah tam da şu an sarılabileceğim biri olsaydı...” diye düşünürüz. İşte fotoğrafta gördüğünüz ürün böyle anlar düşünülerek tasarlanmış.

İŞ PLANI UNSURLARI



İŞ PLANI NEDİR?

- + İş planı, işi açıklayan, hizmet edilecek pazarı tanımlayan ve girişimcinin nasıl yol almayı planladığının ayrıntılarını içeren, işe kalkışan girişimcinin beceri ve yeteneklerini gösteren bir belge, bir yol rehberidir.
- + Yani iş planı; Firmanın başarılı olabilmesi ve finansal açıdan varlığını sürdürebilmesi için neler yapılması gerektiğine ilişkin karar verme sürecinin en önemli adımıdır.
- + İş Planı girişimcinin başarılı bir girişim için kullanacağı ve işletmenin işleyişini tanımlayacak yol gösterici bir rehberdir.

İŞ PLANININ KİME NE FAYDASI VAR?

+ *İş Planı Sayesinde Girişimci...*

- İşin bütün unsurları üzerinde düşünür, daha önce düşündüklerini gözden geçirir.
- Kurmayı düşündüğü işi eleştirel ve objektif bir bakış açısıyla görebilir.
- Planın rekabet, ekonomik ve finansal analizler kısımlarını hazırlarken varsayımlarını dikkatli, verilere dayalı, gerçekçi ve ikna edici bir şekilde oluşturur.

✘ İş Planı Sayesinde Girişimci;



- Gerekli sermayeyi sağlamak için başvuracağı yatırımcılar tarafından ciddiye alınır.

Geliştirdiği iş stratejilerini sunar, dışarıdaki değerlendiriciler için de sonuçlar üretir.

İşe başladıktan sonra planlanan sonuçların gerisinde kalındığında, nedenlerini soruşturma ve düzeltme fırsatı yakalar.

İŞ PLANI SAYESİNDE DANIŞILACAK KİŞİLER

- ✘ Zayıf noktaları, atlanmış fırsatları, dayanaksız varsayımları ve aşırı iyimser öngörülerini daha kolay fark edebilirler.
- ✘ **İş Planı İşletmenin;**
 - Özellikle ilk bir iki yıl işleri yürütmesinde yol rehberi işlevi görerek başarı şansını artırır.
 - Personel, reklam ve diğer giderlere ne kadar para ayırabileceğini belirler.
 - Hedef müşteri kitlesini ve başarı etmenlerini somutlaştırır.

- Plandaki finansal tahminleri bütçe yerine kullanmasına yarar.
- Planda belirlenmiş çeşitli amaçları kullanarak farklı amaçlara yönelik planlar oluşturmaya kaynaklık eder.
- + ***İş Planı Sayesinde Yatırımcı...***
- + İşletmenin bütünü hakkında detaylı bilgiler edinerek finansal değerlendirmesini sağlıklı bir şekilde yapar.
- + Kritik riskleri ve önemli olayları fark ederek işletmenin başarısı için olası senaryoları üretir.

+ *İş Planı Sayesinde Yatırımcı...*

- Pazar potansiyeli hakkında bilgi edinir ve pazar payının nasıl korunacağını planlar.
- Kendisine başvuran girişimcinin planlama ve yönetim yeteneği konusunda fikir sahibi olur.
- Yatırımından bekleyebileceği getiriyi görür.

İŞ PLANININ HAZIRLANMASINDA KAÇINILMASI GEREKEN HATALAR

- Gerçekçi Olmayan Hedeflerin Plana Konulması
- Olası Engellerin Tahmin Edilememesi
- Tecrübe Eksikliği
- Pazar Bölümlendirilmesinin Yapılmaması
- Planın Günceli Yansıtılmaması

İŞ PLANININ HAZIRLANMASINDA REHBER İLKELER

- ✘ Örnek planlar kullanın ancak iş planınızı kendiniz yapın. Planda sizin düşünceleriniz ve sizin cümleleriniz olsun.
- ✘ Planınızı olabildiğince kısa ve öz tutun.
- ✘ Planın her bir bölümünün anahtar cümlelerini öne çıkarın.
- ✘ Düzgün bir şekilde organize edip bütün hale getirin.
- ✘ Planı gelecekler uyumlaştırın.
- ✘ Abartmalardan kaçının.
- ✘ Önemli riskleri aydınlatın.
- ✘ Girişim ekibinin etkinliğini vurgulayın.
- ✘ Tek bir pazara odaklanın çeşitlenmeye gitmeyin.
- ✘ Pazar araştırması yapıp pazarınızı bölümlendirin ve hedef pazarınızı belirleyin.
- ✘ Planın yazımında «ben» değil «biz» kullanmaya çalışın.
- ✘ Eksiklerinizi görmek için deneyimli kişilere planınızın değerlendirmesini yaptırın.

ÖNEMLİ NOT

- ✘ İş planının girişimci tarafından yazılması gerekir. Daha önceden başkasının yazdığı veya çeşitli danışmanlarca yazdırılan iş planları bir işe yaramayacaktır. Çünkü girişimcinin kafasındaki iş fikrinin kağıda dökülmesi hiçbir danışmanın yapamayacağı kadar önemli bir iştir. Ancak bu ifade danışmanlardan hiçbir şekilde faydalanılmamalı şekilde algılanmamalıdır. İş planının hazırlanmasında gerekli durumlarda danışmanlık hizmetlerinden yararlanılmalı ancak planın tamamı girişimci tarafından hazırlanmalıdır.

İŞ PLANININ HAZIRLANIŞI

- × İş Planının Öğeleri
- × Giriş
- × İşletmenin Tanımı
- × Pazarlama Planı
- × Üretim Planı
- × Yönetim Planı
- × Finans Planı
- × Araştırma ve Geliştirme Bölümü
- × Önemli Riskler Bölümü
- × Zaman Tablosu Bölümü
- × Ekler

GİRİŞ

- + İşletmenin unvanı, adresi
- + Girişimcinin adı, soyadı, adresi
- + İşletmenin ve işin kısa tanıtımı (iş fikri)
- + Gerekli finansal kaynak bilgisi
- + Gizlilik bildirgesi
- + İşletmenin Kapasitesi
- + Ulaşılmak istenen amaç ve hedefler
- + Ulaşılmak İstlenen Müşteri Kitlesi (ilk Etapta)
- + İşgücü Bilgileri

Giriş bölümü için seçilecek ifadeler işletmenin türünü, pazar fırsatlarını, finansal ihtiyaçlarını, tahminler ve işletme ile ilgili teknolojiyi ya da özel araştırmayı kapsayacak şekilde hazırlanmalıdır.

İŞLETMENİN TANIMI

- ✘ Bu bölümün alt başlıklarında şu sorulara cevaplar üretilmelidir.
- ✘ Ne tür bir işletme kurmayı planlıyorsunuz? İşletmenizi tanıtınız.
- ✘ Üretilecek mal ve hizmetlere ilişkin endüstri yapısı nasıl?
- ✘ Kurmayı düşündüğünüz işletmenin hedef ve amaçları nelerdir?
- ✘ Kurulacak işletme ile ilgili deneyiminiz var mı?
- ✘ Hangi ürün ya da hizmetleri sunacaksınız?
- ✘ Kurmayı düşündüğünüz işin niteliği nedir? (Yeni, Yarı-Zamanlı, Mevsimlik, Franchise vb.)
- ✘ Kuracağınız işletme niçin başarılı olacaktır?
- ✘ Kuracağınız işletmenin gelişme ve kârlılık potansiyeli nedir?
- ✘ İşletmenizi diğerlerinden ayıran farklar nelerdir? (Güçlü Yönler)
- ✘ İşletmenizi başarısızlığa uğratacak faktörler nelerdir? (Zayıf Yönler)
- ✘ Kuracağınız işletmenin toplumsal kalkınma sürecine ne tür katkıları olacaktır?

PAZARLAMA PLANI

- ✘ Kurulacak işletmenin üreteceği mal veya hizmetin içinde yer alacağı pazarın ve çevrenin durumunu, işleyişini, mal veya hizmete gösterecekleri tepkileri ve olası etkilerini önceden belirlemek amacıyla gerekli veri ve bilgileri toplayıp işleme, rakip analizi yapma ve böylece mal veya hizmetin pazarlanabilirlik derecesini saptama işlemleri pazarlama planının ayrıntılarını oluşturur.
- ✘ İyi bir pazarlama planı “kağıt üzerine dökülen yoğun düşüncelerdir” ya da “daha etkin hareket edebilmek için düşünceleri sistematik hale getirmektir” şeklinde tanımlanabilir.
- ✘ Pazarlama planında girişimci, yatırımcılara böyle bir pazar olduğunu, satış tahminlerinin başarılabilirliğini ve rekabette başarılı olunacağını kanıtlamalıdır. Pazarlama planı, kurulacak işletmenin dikkatini müşterilere yoğunlaştırmasını işaret eder ve planın bu bölümünün amacı başarı stratejisini ortaya koymaktır.
- ✘ Girişimcinin, iş fikrinin piyasa ve talep yapısını araştırdıktan sonra hedef kitlelerini belirlemesi, bu kitleye nasıl ulaşacağını, ürünlerini hangi fiyat seviyesinde ile satacağını, hangi reklam ve tanıtım araçlarını kullanacağını, hangi dönemde ne kadar satacağını belirlemesi gerekir.

ÜRETİM PLANI

- ✘ • Bu bölüm işletmenin kuruluş yerinin tanımlanmasıyla başlamalıdır. Seçilen yer işgücü olanakları, ücret oranları, üreticilere ve tüketicilere yakınlık ve toplum desteğinin sağlanması açısından uygun olmalıdır.
- ✘ Taşıma maliyetleri de bu bölümde işlenmelidir. Ayrıca işgücü arzı, ücret oranları ve ihtiyaç duyulan nitelikli işgücü gösterilmelidir. Son olarak üretim maliyetleriyle ilgili veriler sunulmalıdır.

ÜRETİM PLANI

- × **Bu bölümün alt başlıklarında aşağıdaki sorulara cevap verilmelidir.**
- × İşletmenizin kuruluş yeri neresi olacak?
- × Kuruluş yeri seçiminizi etkileyen faktörler nelerdir?
- × Bina, makine ve üretimle ilgili diğer araç ihtiyaçlarınızı tanımladınız mı?
- × Tedarikçileriniz kimler olacak?
- × Ulaşım imkanları nelerdir?
- × İş gücü olanakları nelerdir?
- × Tahmini üretim maliyetleriniz nedir?

YÖNETİN PLANI

- ✘ Bu bölüm işletmenin sahipliği (işletmeyi kim yönetecek), anahtar personelin görevleri ve sorumlulukları ile bunların bu özel görevlerini yerine getirecek bilgi ve deneyimlerini ortaya koymalıdır.
- ✘ Yönetim takımının bütün üyelerinin detaylı özgeçmişleri bu bölümde verilmelidir.
- ✘ Bir işletmenin yönetilmesi, kendi kendinin patronu olma isteğinden çok daha fazlasını gerektirmektedir. İşletme yönetimi, bağlılık, sabır, karar alma yeteneği, çalışanların ve paranın idare edilmesi gibi yeteneklere sahip olunmasını gerektirmektedir.
- ✘ Finans ve pazarlama planları ile birlikte yönetim planı, işletmenin başarısı için bir temel teşkil eder ve bu başarıya ulaşmayı kolaylaştırır.

YÖNETİM PLANI

- ✘ Bu bölümün alt başlıklarında aşağıdaki sorulara cevap üretilmelidir.
- ✘ İşletmeyi kim yönetecek?
- ✘ Yöneticinin kişisel özellikleri nelerdir?
- ✘ Ne kadar çalışana ihtiyacınız var? Görevleri ne olacak?
- ✘ Çalışanlara verilecek ücretler tahmini olarak ne kadardır?
- ✘ Ne tür danışmanlara ya da uzmanlara ihtiyacınız var?
- ✘ İşletmenizin yasal statüsü ne olacak?
- ✘ Ne tür lisans ve izinlerin alınması gerekiyor?
- ✘ Ne tür yasal düzenlemeler işletmenizi etkileyecektir?
- ✘ İşletmenin ortaklık yapısı (Ortakların; pay, görev ve katkıları neler olacak.)

FİNANS PLANI

- ✘ Bu kısımda işletmenin finansal durumu değerlendirilir.
- ✘ Başlangıç yatırım sermayesi ihtiyacı
- ✘ İşletme giderleri (aylık/yıllık)
- ✘ Kredi geri ödemesi
- ✘ Finansman Yapısı (Fon Kaynakları + Fon Kullanımları)
- ✘ Gelir – Gider Hesabı
- ✘ Nakit Akışları
- ✘ Başabaş Noktası Analizi (işletme gelirleri ile işletme giderlerinin eşitlendiği noktadaki satış düzeyini gösterir.)
- ✘ Karlılık Analizi

ARAŞTIRMA VE GELIŐTİRME (AR-GE)

- ✘ Bu bölümün alt başlıklarında Şu cevaplara yer verilmelidir.
- ✘ Tasarım ve geliştirme faaliyetlerinizi dikkatli bir Şekilde tanımladınız mı?
- ✘ Dışarıdan teknik destek alınacak mı?
- ✘ Ne tür araŐtırmalara ihtiyacınız olacak?
- ✘ Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin maliyeti nedir?
- ✘ Finans planında yer alan bütçeler içerisinde Ar-Ge bütçesi yer alıyor mu?

ÖNEMLİ RİSKLER

- ✘ Bu bölümde potansiyel riskler ortaya konulmalıdır.
- ✘ Endüstride istenilmeyen gelişmeler.
- ✘ Tahminlerin üzerinde gerçekleşen üretim maliyetleri,
- ✘ Gerekli mal ve hizmetlerin alınmasında karşılaşılan güçlükler
- ✘ Yeni rakipler
- ✘ Yönetimde meydana gelebilecek aksaklıklar
- ✘ Deneyim eksikliği
- ✘ Ekonomideki belirsizlikler
- ✘ Tedarikçilerle sorunlar
- ✘ Anahtar personel kaybı

ÖNEMLİ RİSKLER

- ✘ Bu bölümün alt başlıklarında şu sorulara cevaplar aranmalıdır.
- ✘ Rakiplerin yapacağı olası fiyat indirimlerini dikkate aldınız mı?
- ✘ Endüstride meydana gelebilecek olası riskler nelerdir?
- ✘ Üretim maliyetlerinizin beklenenden daha yüksek olabileceğini hesapladınız mı?
- ✘ Gerçekleşemeyecek satış düzeylerine hazır mısınız?
- ✘ Uzun süreli tedarik güçlüklerine hazır mısınız?
- ✘ Tedarikçilerle uzun dönemli sözleşmeleriniz var mı?
- ✘ Alternatif eylem planlarınız hazır mı?

ZAMAN TABLOSU

- × Zaman tablosu yaklaşımı, yapılacak işlerin adımlar şeklindeki gösterimini içerir.
- × Zaman tablosundaki bu aralıklar üçer aylık, aylık ya da haftalık olarak verilebilir. Zaman aralıklarının koordine edilmesi sadece öncelikler anlamında değil, yeni ürün geliştirilmesi, yönetim takımının kurulması, üretim ayarlamaları ve pazar planlaması anlamında olduğu gibi şu çalışmaları da içermelidir:
 - × İşletmenin kurumsallaşması
 - × Araştırma ve geliştirme çalışmalarının tamamlanması
 - × Prototiplerin üretilmesi
 - × Satış temsilcilerinin çalıştırılması
 - × Ticari fuarlarda ürünlerin sergilenmesi
 - × Dağıtımıcılarla anlaşılması
 - × Üretim materyallerinin siparişi
 - × Siparişlerin listelenmesi
 - × İlk satışlar ve teslimler (maksimum aralıklar işletmenin güvenilirliği ve sermaye ihtiyacı açısından önemlidir)
 - × İşletmeye yapılacak ilk ödemeler (nakit olarak)

ZAMAN TABLOSU

- ✘ **Bu Bölümün Alt Başlıklarında Şu Sorulara Cevaplar Aranır.**
- ✘ İşletmenizin faaliyete geçmesi için ne kadarlık bir süre öngörüyorsunuz?
- ✘ Hedef ve amaçlarınız için zaman bölümlendirmesi yaptınız mı?
- ✘ Faaliyetlerinizin her bir aşaması için son tarihleri belirlediniz mi?

EKLER

- × **Bu bölümün alt başlıklarında şu sorulara cevaplar aranmalıdır.**
- × İş planını destekleyecek belgeleri, çizimleri ve anlaşmaları plana eklediniz mi?
- × Yararlandığınız teknik ve hukuki danışmanlardan referanslarınız var mı?
- × Gerekli olan finansal tabloları planınıza eklediniz mi?

İŞ PLANININ DOSYA HALİNE GETİRİLMESİ

- ✘ İş planının iyi görünmesini sağlamak için izlenmesi gereken temel konular:

Görünüş

- ✘ Tek renkli kapağa sahip plastik spiral bir cilt düzgün bir görüntü sağlar İncelendiğinde zarar görmez

Uzunluk

- ✘ 50 sayfadan daha uzun olmamalıdır (Kısa ve öz bilgiler) Girişimcinin fikirleri daha keskinleşecek ve Fon sağlayıcıların ilgisi dağılmayacak

Kapak ve Başlık Sayfası

- ✘ İşletmenin ismi Adres ve telefon Planın yapıldığı tarih Kapaktan sonra iyi dizayn edilmiş bir başlık ve bu sayfada üst ve alt köşelere kaç kopya olarak basıldığı ve kopya numarası yer almalıdır.

İŞ PLANI ÖZÜ

- ✘ En çok iki sayfa olmalı.
- ✘ Kuruluşun şu anki durumu, Üreteceği mal ya da hizmetleri, Bunların tüketiciye olan faydaları, Finansal tahminleri,
- ✘ Girişimin 3-7 yıl içerisindeki hedefleri İhtiyaç duyulan finansman Fon sağlayıcılarla yatırımcıların elde edecekleri faydalar
- ✘ *Planı okuyacak kişilerin belki de planda okuyacakları ilk ve son bölüm olacağı için en önemli bölümdür. Bu bölüm tüm plan ortaya çıktıktan sonra yazılmalıdır.

İÇİNDEKİLER

- x 1 . İŞ PLANI ÖZETİ

- x

- x

- x

- x

- x

- x 1.1

- x İş Fikrinin Kısa Tanımı

- x

- x

- x

- x

- x 2 . GİRİŞİMCİNİN HEDEFLERİ

- x

- x

- x

- x

- × 2.1
- × Girişimcinin Kişisel Özellikleri

- ×
- ×
- ×

- × 2.2
- × Girişimcinin İş Fikrini Seçme Nedenleri

- ×
- ×
- ×

- × 2.3
- × Girişimcinin Hedefleri

- ×
- ×
- ×
- ×

- × 3 .İŞLETMENİN NİTELİKLERİ ve KURULUŞ DÖNEMİ PLANI

- ×
- ×

- × 3.1
- × İşletmenin Yasal Statüsü

- ×
- ×

× 3.2

× İşletmenin Ortaklık Yapısı Ve Özellikleri

×

×

× 3.3

× İşin kurulması için alınması gerekli izinler, ruhsatlar ve diğer resmi dökümanlar

× 4 . İŞLETMENİN PİYASA VE TALEP ÖZELLİKLERİ ARAŞTIRMASI

×

×

× 4.1

× İş Fikrinin İçinde Bulunduğu Sektör / Alt Sektörler ve Özellikleri

×

× 4.2

× İşletmenin İlişki İçinde Olacağı Piyasalar ve Temel Özellikleri

×

× 4.3

× Ürünün Müşteri Kitlesi ve Bu Kitlenin Talep Özellikleri

×

× 4.4

× Rekabet Analizi

×

×

×

×

× 5 . İŞLETMENİN UYGULAYACAĞI PAZARLAMA PLANI

×

× 5.1

× İşletmenin Tahmini Satış Planı

× 5.2

× Ürün Satış Bedelleri

×

× 5.3

× Ürün ve Hizmetlerinizi Hedef Kitleye Ulaştırma Metotları

×

× 5.4

× Ürünleri Hedef Kitleye Tanıtma Metotları

×

× 5.5

× Pazarlama Aktivite Planı

×

İŞLETME ÇEŞİTLERİ



GÜNÜMÜZDE DEĞİŞİK ÜLKELERDE FARKLI TÜR VE NİTELİKTE İŞLETMELER FAALİYET GÖSTERMEKTEDİR.

ÜRETİM ARAÇLARININ MÜLKİYETİNE GÖRE İŞLETMELER

Özel İşletmeler → Kamu İşletmeleri → Karma İşletmeler

YASALAR AÇISINDAN İŞLETMELER

Tek Kişi İşletmeleri → Şirketler → Kooperatifler

BÜYÜKLÜKLERİNE GÖRE İŞLETMELER

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler → Büyük İşletmeler → Çok Uluslu İşletmeler

ÜRETİLEN MALIN CİNSİNE GÖRE İŞLETMELER

Dayanıklı Mal Üreten İşletmeler → Dayanıksız Mal Üreten İşletmeler
Tüketin Malı Üreten İşletmeler → Endüstri Malı Üreten İşletmeler

SEKTÖRLER AÇISINDAN İŞLETMELER

Tarım İşletmeleri → Sanayi İşletmeleri
Ticaret İşletmeleri → Hizmet İşletmeleri

ÖZEL İŞLETMELER ...

- ✓ Özel sektör olarak bilinen bu işletme türünde sermayenin tamamı özel şahıslar tarafından konulmuştur.
- ✓ Anayasa ve yasalara göre kurulup işletilen ve sermayesi özel şahıslara ait olan işletmelerdir.
- ✓ İşletmelerin başta gelen amacı, kârını en yüksek düzeyde gerçekleştirmek için verimli ve etkili çalışmaktır.
- ✓ Özel sektörün girişimciliği ülkenin ekonomik gelişmesine olumlu katkı sağlar.
- ✓ Özel işletmeler tek kişi işletmeleri, şirketler (ortaklıklar), ve kooperatifler olarak ayrılır.

TEK KİŞİ İŞLETMELERİ

- ✘ Sermayenin tamamının ve yönetimin bir kişiye ait olduğu işletmelerdir.
- ✘ İşletmenin yönetimi ile ilgili kararları kendisi verir.
- ✘ Kâr ve zarar yani işletme ile ilgili her türlü konudan işletme sahibi sorumludur.

ESNAF : (507 sayılı esnaf ve sanatkâr kanunu)

- ✘ Ticaret sermayesi ile birlikte vücut çalışmasına dayanan, geliri, tacir olmasını gerektirmeyecek kadar az olan ticaret sicili ve dolayısıyla ticaret ve sanayi odasına kayıtlı olmayan belirli veya gezici bir iş yeri sahibidir.

SANATKAR : (507 sayılı esnaf ve sanatkâr kanunu)

- ✘ Vücut çalışmasına dayanan bir iş yeri olan, iş yerinde sanat, hizmet ya da meslek kolunda ihtisasını değerlendiren, belirli veya gezici bir iş yeri sahibidir.

TACİR (6742 Sayılı Türk Ticaret

Kanunu Bir ticarethane veya fabrikayı kendi adına işleten her tür ticaret şirketidir.

İşletme esası veya bilanço esasına göre defter tutulabilir.

SANAYİCİ (Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu

)Makine, cihaz ,alet ve tezgah yapımı ile ham veya yarı mamul bir maddenin vasıf veya şeklini değiştiren ve kıymetlendirecek imal yapan yılda ortalama imalat makinelerinde 5, hariçte de 10 kişi çalıştıranlar , sanayici sayılırlar.

SERBEST MESLEK ERBABI (

Gelir Vergisi Kanunu)Şahsi mesaiye, ilmi veya mesleki bilgi ve ihtisasa dayanan, ticari mahiyette olmayan işleri, işverene tabi olmaksızın kendi nam ve hesabına yapanları ifade eder.

ORTAKLI ŞİRKETLER

- × Bir İŞletmenin Şirket olabilmesi için aşağıdaki özellikleri taŐıması gerekir:
- × **1.**Şirketi kuranların (gerçek veya tüzel kişiler) sayısı birden fazla olmalıdır
- × **2.** Ortak bir amaç bulunmalıdır.
- × **3.**Ortak amaca ulaŐmak için ortaklar arasında bir anlaşma bulunmalıdır.
- × **4.**Belirlenen hedefe ulaŐmak için para, mal veya emek sermaye olarak konmalıdır

ŞİRKETLER (ORTAKLIKLAR)

ADI ŞİRKET

TİCARET ŞİRKETLERİ

- **ŞAHİS ŞİRKETLERİ** (Kolektif Şirket, Adi Komandit Şirket)
- **SERMAYE ŞİRKETLERİ** (Limited Şirket, Anonim Şirket, Sermaye Payları Bölünmüş Komandit Şirket)

ADI ŞİRKET (ORTAKLIKLAR)

- Borçlar Kanunu'muza göre, bir Şirket Ticaret Kanunu'nda tanımlanan Őirketlerin niteliklerini taşıyor ise, adi Şirket sayılır.
- **Adi Şirket:** iki ya da daha fazla kişinin aralarında yazılı veya sözlü bir anlaşma ile belli bir Őekle tabi olamadan kurabilecekleri, yazılı kurulma Őartı olmayan, Şirketin ticaret siciline kayıt ve ilanının zorunlu olmadığı asgari bir sermaye öngörülmemiş, ticaret unvanı kullanmak zorunda olmayan bir Şirket türüdür.
- Borçlar kanunu hükümlerine göre faaliyet gösterip, Şirket kazançları ve zararları ortaklar arasında belirlenen oranlarda ve eşit olarak dağıtılır.
- Her ortağın sorumluluğu sınırsız olup, tüm Şirket borçlarından kişisel varlığı ile sorumludur.

KOLEKTİF ŞİRKET

- ✘ Bir ticarî işletmeyi, bir ticaret unvanı altında işletmek isteyen gerçek kişiler arasında kurulan
- ✘ Borç ve taahhütlerden şirketin 1. derecede, ortakların da 2. derecede sınırsız sorumlu olduğu,
- ✘ Asgari bir sermaye öngörülmemiş,
- ✘ Ticaret unvanı kullanmak zorunda olan,
- ✘ Her bir ortağın şirketi yönetme hakkı ve sorumluluğu olduğu bir şirket türüdür.

KOLEKTİF ŞİRKET

Kolektif Şirket ancak gerçek kişilerle kurulur ve bütün ortaklar tarafından yönetilir.

Ana sözleşme ile yönetim bir veya birkaç ortağa bırakılabilir.

Şirketin sermaye gücü, ortakların varlıklarına bağlıdır.

Ortaklar arasında değişiklik yapılması zorlaştırılmıştır.

ADİ KOMANDİT ŞİRKET

Ticari bir işletmeyi, ticaret unvanı altında işletmek amacıyla kurulan ve şirket alacaklarına karşı ortaklardan bir kısmının sorumluluğunun sınırsız, diğerlerinin ise sermayeleri ile sınırlı olan şirketlerdir.

Sorumluluğu sınırsız olan ortaklar komandite, sorumluluğu sınırlı olan ortaklar ise komanditer ortaklar olarak isimlendirilir.

Sermaye paylarına göre kar payı alırlar. Şirketin yıl sonu hesaplarını denetleyebilirler.

SERMAYE ŞİRKETLERİ

Sermaye şirketleri, şahıs şirketlerine göre daha fazla sermaye, emek, iş bölümü isteyen, büyük hedeflerin gerçekleştirilmesi için kurulan şirketlerdir.

Şirkette sermaye ön plandadır. Şirket gücünü ve itibarını sermayesi ve yönetiminden alır.

Sermaye şirketlerinde ortaklar, şirket borçlarına karşı koyulan sermaye kadar sorumludur.

LİMİTED ŞİRKET

İki veya daha fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından, bir ticaret unvanı altında kurulan, ortakların sorumlulukları « koymayı taahhüt ettikleri sermaye» ile sınırlı olan şirketlerdir.

Ortak sayısı en fazla 50 kişi olabilir. Yönetim birimi, müdürler kurulu şeklindedir.

Ortak sayısı 20 den fazla ise genel kurul ve denetim kuruluna sahiptirler.

Limited şirketler, bankacılık ve sigortacılık dışında, her türlü ticari faaliyette bulunabilirler.

FINAL

BAŞARILAR