

teşvik kredi girişim sermayesi yeni girişimci sermaye işgem risk işkur rekabet edebilirlik tübitak araştırma-geliştirme iş melekleri yenilikçilik girişimcilik ve Yenilik Programı

ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI

Girişimcilik Kavramı ve Türkiye de Girişimcilik

İçindekiler

GİRİŞ	1
TÜRKİYE ve BÖLGEDE GİRİŞİMCİLİK	4
GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ	8
ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK DESTEĞİ ÖRNEKLERİ	26
GİRİŞİMİN KURULMASI	30
TR83 BÖLGE PLANINDA GİRİŞİMCİLİK.....	34
ULUSAL GİRİŞİMCİLİK KONFERANSI KONUŞMA METİNLERİ.....	38

GİRİŞ

Girişim ve girişimcilik kavramları değişik şekillerde tanımlanmış olsa da bir ihtiyaca cevap vermek üzere inisiyatif alan kişileri girişimci olarak ifade etmek mümkündür. Bu faaliyet ekonomik amaçlı olarak bir ticari girişim doğurabileceği gibi sosyal fayda yaratmak amacıyla bir sosyal girişim de meydana getirebilir. Önemli olan girişimcinin risk ya da inisiyatif olarak bir çıktı oluşturmasıdır. Dolayısı ile girişimciliğin tarihinin insanlığın tarihi kadar eski olduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışmada girişimcilik kavramı iktisadi olarak inceleneceğinden ticari girişim kavramı üzerinde durulacak ve girişimci ifadesi ticari girişimci yerine kullanılacaktır. Sosyal girişimciliğin de toplumların kalkınmasında önemli bir rolü olmasından dolayı raporun asıl konusuna girmeden önce kısaca sosyal girişimciliğe değinmek faydalı olacaktır. Sosyal girişimciler toplumun önde gelen sorunlarına yenilikçi çözümler getiren bireylerdir. Tıpkı ticari girişimciler gibi yaklaşımlarında sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümlenme yollarına gider; kendilerini söz konusu sosyal sorunun çözümüne adanmışlardır. Sosyal girişimcilerin bir diğer ortak yaklaşımı, ele aldıkları alanlarda benzer vakaları tek tek düzeltmekten ziyade sistematik değişim yaratmaları, çözümlerini yaygınlaştırarak uzun vadede sorunun ortadan kaldırılmasını hedeflemeleridir.

Bir ürünün ortaya çıkabilmesi için gerekli faktörler olarak ifade edilen üretim faktörlerinin daha önceleri doğal kaynaklar, sermaye ve iş gücünden oluştuğu varsayılmakta idi. Üretim ekseni bir bakış açısını yansıtmakta olan bu faktörler dönemin iktisatçılarının “yeter ki üret, alıcısı çıkacaktır” (Say Yasası) ifadesiyle de açıklanabilir. Önemleri inkar edilmesi mümkün olmayan bu faktörlerden daha da önemli bir faktörün varlığı günümüzde ön plana çıkmıştır; toplumların bütün bu kaynaklardan istifade edebilme yeteneği yani girişimcilik kapasitesi. Küreselleşmeyle birlikte iş gücünün de, doğal kaynakların da paranın da hareketi hızlanmış, sınırları ortadan kalkmış ya da genişlemiştir. Dünyanın dört bir yanındaki girişimciler Çin ya da Hindistan gibi ülkelerdeki iş gücünden istifade etmekte, enerji ya da maden kaynakları uluslararası firmalar tarafından işletilmekte, yatırım fonları çok hızlı bir şekilde bir ülkeden başka bir ülkeye transfer olabilmektedir. İşte günümüzde daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunların hayata geçirilme süreci olarak tanımlanan girişimcilik kavramı bu yüzden artık üretim faktörleri arasında yerini almıştır.

Konu hakkında yapılan çalışmalarda girişimcilik faaliyetleri sürece ve faaliyetin sebebine göre kategorilere ayrılmıştır. 1999'dan beri her yıl dünyada girişimcilik konusunda araştırmalar yapan GEM (Global Entrepreneurship Monitor) adlı organizasyonun çalışmasında girişimcilik faaliyetleri aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır¹:

- **Toplam Girişimcilik Faaliyeti (TGF):** 18-64 yaş arası nüfus içinde iş kuran veya en fazla 3,5 yıldır faaliyet gösteren bir işletmeye sahip olanların oranıdır.

- **Yeni Oluşan Girişimcilik Faaliyeti (YGF):** Henüz iş kurmuş olanların sayısının 18-64 yaş arası nüfusa oranı.

¹İşık N., Göktaş D., Kılınç E.C.,(2011) İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (6:1)

- **Genç İşletme Girişimcilik Faaliyeti (GGF):** 3,5 yıldan az faaliyette olan işletmelerin sahiplerinin sayısının 18-64 yaş arası nüfusa oranı.

- **Kurulu İşletme Sahipleri (KİS):** 3,5 yıldan daha uzun süredir faaliyet göstermekte olan işletmelerin sahiplerinin 18-64 yaş arası nüfusa oranı.

- **Fırsatçı Girişimcilik Faaliyeti (FGF):** TGF içinde olan ve bir fırsatı değerlendirerek girişimcilik faaliyetinde bulunan bireylerin 18-64 yaş arası nüfusa oranı.

- **Zorunlu Girişimcilik Faaliyeti (ZGF):** TGF içinde olan ve zorunluluktan dolayı girişimcilik faaliyeti gösteren bireylerin 18-64 yaş arası nüfusa oranıdır. Yeni kurulmuş işletmeler endeksinin kurulu işletmeler endeksinin oranı bir ekonomide girişimcilik faaliyetinin canlılığını gösterir.

Girişimciliğin Kalkınmadaki Rolü

Girişimciliğin ekonomik kalkınmayı nasıl etkilediği sorusunun cevabını aslında basitçe şu şekilde formüle edebiliriz. Girişimciler yeni işletmeler kurarak istihdam alanı oluştururlar, rekabetin seviyesini yükseltirler, teknolojik değişimlerle üretkenliği arttırırlar.

Bir işletmeyi faaliyete geçirmekten ziyade bir yenilik geliştirmek, bir değişim başlatmak olarak ifade edilen girişimciliğin kalkınmada önemli bir faktör olduğu birçok çalışmada vurgulanmaktadır. Girişimci, yeniliklerin ortaya çıkması, uygulanması ve yayılmasında, yeni sektörlerin oluşmasında anahtar rol oynar. Gerek tüketici taleplerinin gerekse teknolojinin hızla değiştiği ve geliştiği günümüzde kalkınmada öncü olmayı hedefleyenlerin yenilikçilik konusunda da öncü olmaları bir gerekliliktir.

Ekonomik kalkınmayı hızlandıran girişimcilik yeni istihdam alanları oluşmasına ve üretimin artmasına sebep olur. Sınırlı kaynakları daha etkin bir şekilde kullanarak yeni ürünler ortaya çıkaran girişimci yüksek katma değer oluşmasına katkı sağlar.

Su toprak için nasıl hayat kaynağı ise, yatırım da ekonominin güç kaynağıdır. Bir ülkede yatırımlar, toplumun tasarruf yeteneği ile girişimci gücünün en somut göstergeleridir. Yatırımlar hem işletme, hem de genel ekonominin odak noktasını oluştururlar. Yatırımlar çarpan ve çoğaltan etkileriyle ekonomik, siyasal ve kültürel hayata büyük bir hareketlik kazandırır².

Yatırımcılar girişimlerinin ve aldıkları riskin karşılığında öncelikli olarak kâr ederek menfaat elde etme amacındadırlar. Bununla birlikte çoğu zaman girişimcilerin ortaya çıkardığı katma değer diğer paydaşlar da istifade etmektedir. Fırsatları bireysel ilgi ve arzularından yola çıkarak, bir anlamda kendileri için değerlendirenler, böyle yaparak topluma da faydalı olmakta, bir çeşit müştereklik ve biraradalık için koşullar sürekli yinelenmektedir³

² Gürdoğan N., (2008) Girişimcilik ve Girişimcilik Kültürü, İGİAD Yayınları, İstanbul

³ Halıcı E., Girişimcilik ve Teknoparklar: Girişimciliğin Eski ve Yeni Yüzü, <http://www.emo.org.tr>

Bütün bu olumlu gelişmelerin yaşanmasında ülkenin gelişmişlik seviyesi ve hangi tür girişimcilik faaliyetlerinin yapıldığı çok önemlidir. Eğer ülkede yaygın olarak görülen girişimcilik türü zorunlu girişimcilik ise bunun kalkınmaya pozitif etkisi olduğunu söyleyemeyiz. Daha çok gelişmiş ülkelerde görülen fırsatçı girişimcilik faaliyetleri yukarıda ifade edilen olumlu sonuçlara sebep olabilir.

2 TÜRKİYE ve BÖLGEDE GİRİŞİMCİLİK

Türkiye’de cumhuriyetin ilk yıllarında iktisadi gelişme devlet eliyle gerçekleştirilirken özel teşebbüs de özendirilerek girişimci yaratmak için politikalar uygulanmaya çalışılmıştır. 1950-1980 döneminde de özel sektörün gelişmesi için çabalar sürdürülürken 1980 sonrasında ihracata dönük ekonomi politikalarının izlenmesiyle beraber serbest piyasa ekonomisi ve özelleştirmelerin etkileriyle kamu teşebbüslerinin önemi azalmıştır. Günümüzde ise dünyada olduğu gibi Türkiye’de de girişimciliğin ülke kalkınmasında önemli bir yer edindiği görülmektedir.

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 rehberlik 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. Girişimciliğin ve yenilikçiliğin gelişmesi ve işgücü verimliliğinin artması ile Türkiye’nin son yıllarda dünya ekonomisi içerisindeki yükselişi devam edecektir. Öne çıkan girişimcilik anlayışı özel sektör devlet ortaklığı temelinde, yeni teknolojilerin ve yenilikçiliğin gelişmesini hedeflemektedir⁴

Türkiye’de girişimcilerin önemli soruları arasında finansal kaynaklara erişiminin yanında bilgi ve vizyon eksikliği ve bilgi sahibi olanların bilimsel danışmanlık hizmeti alamamaları da bulunmaktadır. Burada önemli bir nokta da yeterli bilgiye sahip olamayan girişimci adaylarının bu eksikliklerini farkında olmalarını sağlayarak destek almaları konusunda yönlendirilmesidir. Bu bakımdan genel girişimcilik stratejilerinin bir parçası olarak işletme sahiplerinin danışmanlık hizmeti alması da gerekmektedir. Girişimcilik desteklerinin finansal kaynak sağlamanın ötesine geçerek destekler hakkında ölçme ve değerlendirme yapılmaması da bir başka önemli noktadır. Girişimcilerin daha önce benzer tecrübeleri yaşamış olan iş sahiplerinden destek alması girişimcilerin başarılı olmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir⁵

Girişimciğin desteklenmesi için önemli bir strateji de 2011-2013 KOBİ Stratejisi Eylem Planı’dır⁶. Eylem planının öncelikli stratejik alanlarından *biri Girişimciliğin Geliştirilmesi ve Desteklenmesi*’dir. Raporda bu alanda zayıf veya geliştirilmesi gereken yönler ve odaklanması gereken konular şöyledir:

- Potansiyel girişimcilerin başarılı ve iş planına dayalı iş kurma konusundaki bilgi ve bilinç düzeyi yeterli düzeyde olmaması
- Örgün ve yaygın eğitimde girişimcilik konusuna yeterince yer verilmemesi
- Girişimciliğe dikkat çekecek, teşvik edecek etkinliklerin yeterli olmaması
- Girişimcilik alanında yapılan faaliyetlerin bütüncül olmaması
- Kooperatifleşmenin sağlayacağı katkılar konusunda bilgi eksikliğinin olması

⁴ Kırım. A (2010), *Türkiye’nin Girişimcilik Politikası Ne Olmalı?*, TOBB Girişimcilik Kongresi

⁵ TEPAV (2011), *Ankara’da Genç Girişimciliği Destekleme Stratejisi*

⁶ www.kosgeb.gov.tr

- İşletmelerin başlangıç döneminde işyeri mekanı bulmak ve maliyetleri karşılamada zorlanmaları
- İşini yeni kurmuş girişimcilerin başlangıç dönemlerinde kararsız davranmaları
- Özel hedef gruplarının girişimcilik konusunda yeteri kadar teşvik edilmemesi

Bu noktalar göz önüne alınarak 2011-2013 KOBİ Stratejisi Eylem Planı'nda çeşitli hedefler belirlenmiştir:

Hedef 1- Girişimcilik kültürünün tüm topluma yayılması sağlanarak girişimcilik ortamının gelişmiş ülkeler ile kıyaslanabilir düzeyde iyileştirilmesi

- Potansiyel girişimci adaylarına eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin verilmesi
- Eğitim müfredatında girişimcilik konusuna verilen ağırlığın artırılması
- Girişimciliği teşvik etmek üzere yarışma, ödül, tanıtım gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi
- Kurumlar arası koordinasyonun sağlanması için "Girişimcilik Konseyi" gibi yapıların oluşturulması

Hedef 2- Girişimcilerin kuracağı yeni işletmeler için iş yeri mekanı, ofis hizmetleri, eğitim ve danışmanlık gibi hizmetler sunarak büyümenin sağlanması

- İnkübasyon hizmetlerinin başlangıç dönemi desteklerinin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi
- İşini yeni kurmuş girişimcilere yönelik eğitim, danışmanlık ve yönlendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi

Hedef 3- Özel hedef gruplarının iş kurma sürecinde önlerine çıkan engelleri aşmaları ve yeni iş kurmaları için destekler sağlanması

- Özel hedef gruplarına yönelik eğitim danışmanlık ve yönlendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi

Girişimcilik potansiyelinin TR83 Bölgesi'nde değerlendirilmesi için açılan ve kapanan firma sayıları incelenmiştir. TR83 Bölgesi ve Türkiye genelinde 2010 yılında açılan ve kapanan firma sayıları 2009 yılına göre artış göstermiştir. Ancak, TR83 Bölgesi'nin Türkiye'ye oranlamalarında, açılan firma yüzdesinde fazla bir değişiklik olmaz iken kapanan firma yüzdesindeki artış dikkat çekicidir. (%1,80'den %2,14'e). 2011'in ilk 10 aylık dönemdeki karşılaştırmada ise, bölgenin Türkiye karşısında kapanan firma yüzdesinde bir azalma görülmektedir, açılan firma yüzdesindeyse az da olsa artış görülmektedir.

Esnaf ve sanatkarlar sicil gazetesi istatistikleri incelendiğinde, TR83 Bölgesi ve Türkiye genelinde 2010 yılında hem sicile tescil olan hem de sicili terk eden işletme sayılarında 2009 yılına göre artış yaşandığı gözlemlenmektedir. Tescil ve sicil terkin sayılarında TR83 Bölgesinin Türkiye'ye oranında 2010 yılında az da olsa artış yaşanmıştır. Bölge'de sicile tescil olan işletme sayısının Türkiye'ye oranı 2011'in ilk 10 ayında 2010 yılına göre %5,67'den %4,68'e düşmüştür. Bu durum Bölge'de yeni açılan işletme sayılarında Türkiye'ye kıyasla bir yavaşlama olduğunu göstermektedir.

Açılan Kapanan Firma Sayıları⁷

	2009		2010		2011 Ocak-Ekim	
	Açılan	Kapanan+Tasfiye	Açılan	Kapanan+Tasfiye	Açılan	Kapanan+Tasfiye
AMASYA	178	91	246	148	214	178
ÇORUM	389	193	506	218	509	194
SAMSUN	699	582	792	706	761	526
TOKAT	318	222	310	248	360	306
TR83	1584	1088	1854	1320	1844	1204
TÜRKİYE	88.766	60.439	102.913	61.664	97.319	67.602
TR83/TR	1,78%	1,80%	1,80%	2,14%	1,89%	1,78%

Esnaf ve Sanatkarlar İstatistikleri⁸

	2009			2010			2011 Ocak-Ekim		
	Tescil	Sicil Terkin	Meslek Terkin	Tescil	Sicil Terkin	Meslek Terkin	Tescil	Sicil Terkin	Meslek Terkin
AMASYA	834	404	29	794	390	31	765	369	22
ÇORUM	1441	494	-	1389	520	12	1145	543	10
SAMSUN	4769	2080	115	6130	2105	51	4158	2887	69
TOKAT	1600	1077	86	1727	1272	90	1525	1421	72
TR83	8644	4055	230	10040	4287	184	7593	5220	173
TÜRKİYE	162.911	91.165	10.046	177.032	93.735	9.545	162.280	113.679	10.416
TR83/TR	5,31%	4,45%	2,29%	5,67%	4,57%	1,93%	4,68%	4,59%	1,66%

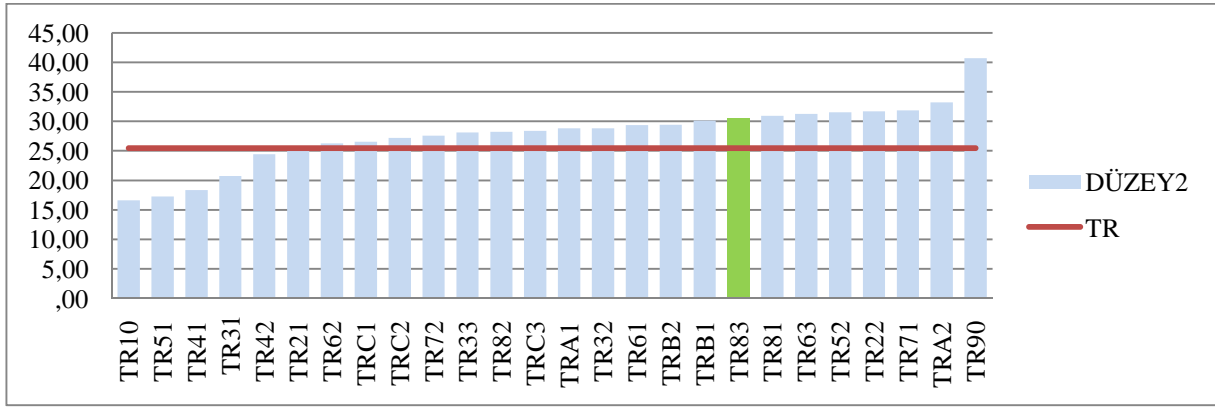
İşveren ve kendi hesabına çalışanların tüm çalışanlar içerisindeki oranları incelendiğinde Türkiye’de genel olarak bu oranın 2010 yılında % 25,4 olarak gerçekleşirken tarım dışı faaliyetlerde % 19,1’e düştüğü görülmektedir⁹. TR83 Bölgesi’nde ise bu oranların sırasıyla % 30,6 ve % 22,6 olduğu ve Türkiye ortalamalarının üstünde olduğu görülmektedir. Ücretli çalışanların çok olduğu İstanbul, Ankara gibi bölgeler ise hizmet sektörünün gelişmiş olduğu bölgelerdir.

⁷ www.tobb.org.tr

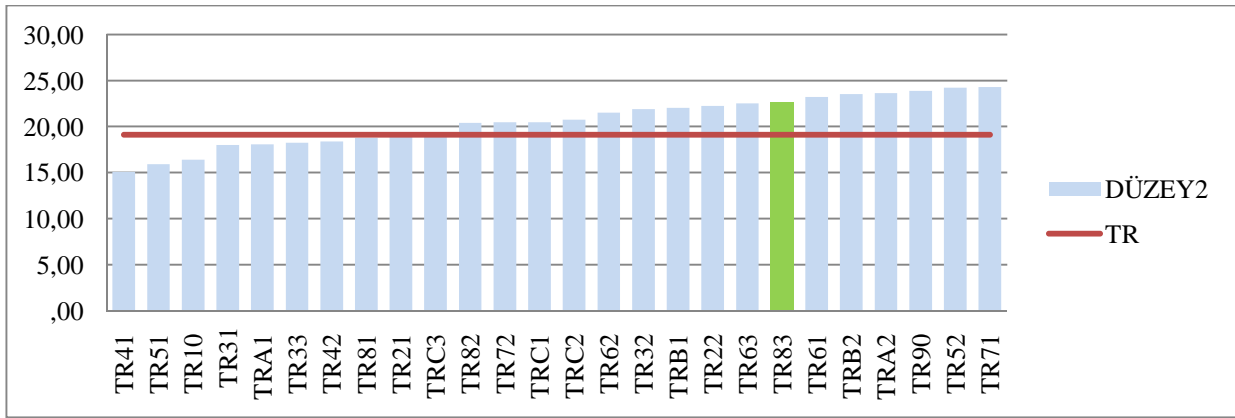
⁸ www.tesk.org.tr

⁹ www.tuik.gov.tr

DüzeY2 Bölgelerinde İşveren ve Kendi Hesabına Çalışanların Toplam İstihdam İçindeki Payı



DüzeY2 Bölgelerinde İşveren ve Kendi Hesabına Çalışanların Tarım Dışı İstihdam İçindeki Payı



Girişimciliğin ekonomik büyüme ve yenilikçilik üzerinde etkileri bu alanda birçok çalışma yapılmasını ve çeşitli kurumların girişimcilik destekleri vermesini sağlamıştır. Bu kapsamda KOSGEB, İŞKUR, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, TÜBİTAK gibi kamu kurumlarının yanı sıra çeşitli sivil toplum örgütleri de destek veren kurumlar arasında bulunmaktadır. Bunlarla birlikte mikro-kredi gibi az miktarlara kredi mekanizmaları yaygınlaşmaktadır. Diğer taraftan girişim sermayesi ve iş melekleri ağları da dünyada olduğu gibi Türkiye’de de etkinliğini artırmaktadır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) de girişimciliği desteklemek için çeşitli faaliyetler yürütmektedir. TOBB bünyesinde Kadın Girişimciler Kurulu kurulmuştur. Kurul, kadın girişimcilik konusunda genel politikalar geliştirmekte ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Kurul, çeşitli sektörlerde iştilgal eden girişimci kadınlar, Habitat için Gençlik Derneği, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Başbakanlık Kadın Statüsünü Geliştirme Genel Müdürlüğü ve KOSGEB temsilcilerinden oluşmaktadır. Ayrıca, TOBB ulusal ve yerel düzeyde genç girişimciliğin desteklenmesi için TOBB Genç Girişimciler Kurulu kurulmuştur.

3

GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ

Girişimcilerin, iş kurabilmek ve ayakta kalabilmek için başta devlet ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere birçok kişi ve kurumun farklı konularda desteğine ihtiyaçları vardır.

Bu bölümde girişimciliğe destek veren bazı kuruluşlar ve destek koşulları hakkında bilgi verilmektedir.

1.KOSGEB DESTEKLERİ¹⁰

1. 1. GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

Programın Amacı ve Gerekçesi

- Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün temel faktörü olan girişimciliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması
- Başarılı ve sürdürülebilir işletmelerin kurulması
- Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması
- İş Geliştirme Merkezlerinin kurulması ile girişimciliğin geliştirilmesi
- İstihdamın artırılması
- Yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi

Girişimcilik Destek Programı 3 Alt Programdan Oluşur:

- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
- Yeni Girişimci Desteği
- İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

1.1.1 Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi

- Minimum 60 saatlik eğitim ve atölye çalışmasından oluşan eğitim programını kapsar (girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri egzersizleri yapılması ve iş planı hazırlanması)

¹⁰<http://www.kosgeb.gov.tr>

- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri KOSGEB veya diğer kurum ve kuruluşlar (üniversite, İŞKUR, meslek kuruluşu, belediye vb.) tarafından düzenlenebilir,
- Eğitimler, genel ve özel hedef grupları (gençler, kadınlar, dezavantajlı gruplar) için düzenlenir,
- Eğitimlere katılanlardan ücret alınmaz.

Eğitim Süresi ve İçeriği

- Girişimcilik niteliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri (9 Saat)
- İş Planı kavramı ve Öğeleri (Pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim ve finansal plan- 18 saat)
- İş planının öğelerinin pekiştirilmesine yönelik atölye çalışması (24 Saat)
- İş planının hazırlanması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar (9 saat)

1.1.2 Yeni Girişimci Desteği

Bu destekten;

- Uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayanlar
- Genç Girişimci Geliştirme Programı veya KOSGEB'in işbirliği ve denetimi çerçevesinde başka kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen girişimcilik eğitimini tamamlayanlar
- KOSGEB tarafından yürütülen 1. ve 2. ÖSDP (Özelleştirme Sosyal Destek Projesi) (2009'da sona eren) kapsamında düzenlenmiş bir küçük ölçekli işletme kurma danışmanlığı eğitimi tamamlayanlar
- İŞGEM'de yer alan işletmeler faydalanabilir.

Yeni Girişimci Desteği Destek Unsurları

DESTEK UNSURU		ÜST LİMİT (TL)	DESTEK ORANI (%) (1. ve 2 . Bölge)	DESTEK ORANI (%) (3. ve 4. Bölge)
İşletme Kuruluş Desteği	Geri ödemesiz	5.000	60 (Kadın veya özürlü girişimci:70)	70 (Kadın veya özürlü girişimci:80)
Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat ve Ofis Donanım Desteği	Geri ödemesiz	10.000		
İşletme Giderleri Desteği	Geri ödemesiz	12.000		
Sabit Yatırım Desteği	Geri Ödemeli	70.000		

Düzenlenen girişimcilik eğitimlerini başarı ile tamamlayan ve hazırladıkları iş planları KOSGEB tarafından onaylanan kursiyerler işletme kuruluş giderleri için 3.000TL'ye kadar, iş kurmaya yönelik olarak aldığı teknik, hukuki, mali, iş planı gibi danışmanlık hizmetleri için 2.000 TL'ye kadar olmak üzere toplam 5.000 TL'ye kadar geri ödemesiz destek alabilir.

Desteğin başlangıç tarihinden itibaren 12 ay içinde satın alınacak makine, teçhizat ve ofis donanımları için geri ödemesiz olarak verilen bu desteğin üst limiti 10.000 TL' ye kadar olup, makine, teçhizat ve donanım giderleri desteği verilir.

Desteğin başlangıç tarihinden itibaren 24 ay içinde gerçekleşen işletme giderlerine yönelik geri ödemesiz olarak verilen desteğin üst limiti her ay için 1.000 TL olmak üzere toplam 12.000 TL' ye kadar işletme giderleri desteği verilir.

İşletme kuruluş desteği, kuruluş dönemi makine-teçhizat ve donanım giderleri ile işletme giderleri için üst limitleri geçmemek kaydı ile 1. ve 2. bölgelerde %60; 3. ve 4. bölgelerde %70 karşılıksız destek sağlanır (bayanlar ve özürülülerde bu orana %10 ilave yapılır.)

Desteğin başlangıç tarihinden itibaren 24 ay içinde satın alınacak, makine ve teçhizat için teminat karşılığı geri ödemeli olarak 70.000 TL'ye kadar sabit yatırım desteği sağlanır. İlk 2 yıl geri ödeme yapılmaz, 3'er aylık dönemlerde 8 eşit taksitte faizsiz şekilde geri ödeme yapılır.

1.1.3 İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

İş Geliştirme Merkezleri, bünyesinde barındırdığı işletmelere,

- işletme geliştirme danışmanlığı
- uygun koşullarda iş yeri mekânı
- ortak ofis ekipmanı
- ofis hizmetleri gibi hizmetler sunarak işletmelerin en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan ve işletilen merkezlerdir.

İşletme Geliştirme Merkezlerinin kuruluş başvurusu; belediyeler, üniversiteler, özel idareler, kalkınma birlikleri, meslek kuruluşları ve kar amacı güzetmeyen kooperatifler tarafından münferiden veya birlikte yapılabilir.

İş Geliştirme Merkezi Desteği Destek Unsurları

DESTEK UNSURU		ÜST LİMİT (TL)	DESTEK ORANI (%) (1. ve 2 . Bölge)	DESTEK ORANI (%) (3. ve 4. Bölge)
İŞGEM Kuruluş Desteği (18 ay)	Geri ödemesiz	750.000		
Bina tadilatı		600.000	60	70
Mobilya Donanım		125.000		
İŞGEM Yönetim		25.000		
İŞGEM İşletme Desteği (36 ay)	Geri ödemesiz	100.000		
Personel		30.000	60	70
Eğitim, Danışmanlık		50.000		
Küçük tadilat		20.000		

2. AR-GE, İNOVASYON ve ENDÜSTRİYEL DESTEK PROGRAMI

Programın Amacı ve Gerekçesi

- Bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip KOBİ ve girişimcilerin geliştirilmesi
- Teknolojik fikirlere sahip tekno-girişimcilerin desteklenmesi,
- KOBİ'lerde Ar-Ge bilincinin yaygınlaştırılması ve Ar-Ge kapasitesinin artırılması
- Mevcut Ar-Ge desteklerinin geliştirilmesi
- İnovatif faaliyetlerin desteklenmesi
- Ar-Ge ve inovasyon proje sonuçlarının ticarileştirilmesi ve endüstriyel uygulamasına yönelik destek mekanizmalarına ihtiyaç duyulması

2 alt programdan oluşmaktadır.

- Ar-Ge, İnovasyon Destek Programı
- Endüstriyel Uygulama Destek Programı

Ar-Ge, İnovasyon Destek Programı

Araştırma, geliştirme ve inovasyon konularında projesi olan işletmeler-girişimciler yararlanabilir.

Endüstriyel Uygulama Destek Programı

Yeni bir ürün/hizmetin; üretilmesi, kalitesinin artırılması, maliyet düşürücü nitelikte yeni tekniklerin uygulamaya alınması, ürün ya da süreçlerinin pazara uygun biçimde ticarileştirilmesi amacıyla hazırlanan projeler desteklenmektedir.

Proje Süresi

- Ar-Ge, İnovasyon Programı için en az 12, en çok 24 ay
- Endüstriyel Uygulama Programı için en çok 18 ay
- Her iki program için de Kurul kararı ile 12 aya kadar ek süre verilebilir.

Ar-Ge, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı

AR-GE, İNOVASYON VE ENDÜSTRİYEL UYGULAMA DESTEK PROGRAMI	Destek Üst Limiti (TL)	DESTEK ORANI (%)
Ar-Ge ve İnovasyon Programı		
İşlik Desteği	İşliklerden bedel alınmaz	
Kira Desteği	12.000	75
Makine-Teçhizat, Donanım, Hammadde, Yazılım ve Hizmet Alımı Giderleri Desteği	100.000	75
Makine-Teçhizat, Donanım, Hammadde, Yazılım ve Hizmet Alımı Giderleri Desteği (Geri Ödemeli)	200.000	75
Personel Gideri Desteği	100.000	75
Başlangıç Sermayesi Desteği	20.000	100
Proje Geliştirme Desteği	Proje Danışmanlık Desteği	25.000
	Eğitim Desteği	5.000
	Sınai ve Fikri Mülkiyet Hakları Desteği	25.000
	Proje Tanıtım Desteği	5.000
	Yurtdışı Kongre/Konferans/Fuar Ziyareti/Teknolojik İşbirliği Ziyareti Desteği	15.000
	Test, Analiz, Belgelendirme Desteği	25.000
	Endüstriyel Uygulama Programı	
Kira Desteği	18.000	75
Personel Gideri Desteği	100.000	75
Makine-Teçhizat, Donanım, Sarf Malzemesi, Yazılım ve Tasarım Gid. Desteği	150.000	75
Makine-Teçhizat, Donanım, Sarf Malzemesi, Yazılım ve Tasarım Giderleri Desteği (Geri Ödemeli)	200.000	75

2.İŞKUR DESTEKLERİ¹¹

İŞKUR'a kayıtlı işsizlere yönelik olarak kendi işlerini kurmalarına yardımcı olmak amacıyla Girişimcilik Programları düzenlenmektedir. Eğitimlerin içeriği ve yüklenici firmalar KOSGEB – İŞKUR işbirliği içerisinde belirlenmektedir.

Bu konuyla ilgili sıkça sorulan sorular sayfasına

“<http://iskur.gov.tr/LoadExternalPage.aspx?uicode=statsikcasorulansorular>” adresinden ulaşılabilir.

Eğitime Katılma Şartları

- Kuruma kayıtlı işsiz olmak
- 18 yaşını tamamlamış olmak
- En az ilköğretim okulu mezunu olmak
- Girişimcilik programından daha önce yararlanmamış olmak

Eğitim Süresi ve İçeriği

- Girişimcilik niteliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri (9 Saat)
- İş Planı kavramı ve Öğeleri (Pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim ve finansal plan- 18 saat)
- İş planını öğelerinin pekiştirilmesine yönelik atölye çalışması (24 Saat)
- İş planının hazırlanması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar (9 saat)

Program Süresince İŞKUR Tarafından Karşılanan Giderler

Eğitime/Programlara katılan işsizlere;

- Kursiyer zaruri gider ödemesi (günlük cep harçlığı 15 TL)
- İş kazası ve meslek hastalığı sigortası yapılır.

Eğitim/Program düzenlenen yükleniciye;

- Eğitici gideri,
- Temrin gideri,(elektrik, su, sarf malzeme gibi eğitim sırasında kullanılan tüketim mal ve hizmet bedeli)
- Eğitim yeri gideri ödenir.

¹¹ www.iskur.gov.tr

3.TÜBİTAK DESTEKLERİ¹²

1008- Patent Başvurusu Teşvik ve Destekleme Programı

Amaç

Patent Teşvik Sisteminin amacı, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası patent başvurularının sayısının artırılması, kişilerin patent başvurusu yapmaya teşvik edilmesi ve ülkemizde fikri ve sınaî hakların tescili yönünde bilinçlenmeye katkıda bulunulmasıdır.

Destek

- Ulusal patent başvuruları için geri ödemesiz: 3000 TL
- Uluslararası/bölgesel patent başvuruları için geri ödemesiz: 3000 TL
- Uluslararası/bölgesel patent başvuruları için geri ödemeli: Talep doğrultusunda Jüri tarafından belirlenecektir.

1501- Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı

Amaç

Programda Ar-Ge projelerine sağlanacak desteklerin, ülkemizdeki teknik yeterliliğin ve bilgi birikiminin artırılması, kalite anlayışının yerleştirilmesi ve özgün teknolojilerin geliştirilmesinde ivme kazandırıcı ve yönlendirici bir etken olması hedeflenmektedir.

Destek

Program kapsamında desteklenen projeler dönemsel desteklemeye esas harcama tutarına uygulanacak destek oranı ile desteklenir. Projelerin dönemsel destek oranı, temel destek oranı ve ilave destek oranlarının toplamından oluşur. Başvuruda bulunan kuruluşların sektör ve ölçeğine bakılmaksızın, temel destek oranı %50'dir. Toplam destek oranı; temel destek oranı ve diğer ilave desteklerle beraber en fazla %60 olur.

1503- Proje Pazarları Destekleme Programı

Amaç

Program, üniversite, araştırma kuruluşları ve özel sektör kuruluşları arasında ortak Ar-Ge projelerinin oluşturulmasını, ulusal ve/veya uluslararası teknolojik işbirliklerinin sağlanmasına yönelik etkinliklerin desteklenmesini hedefler.

¹²www.tubitak.gov.tr

Destek

Proje Pazarları Destekleme Programı çerçevesinde desteklenecek etkinlikler için TÜBİTAK tarafından sağlanacak destek miktarının üst sınırı TÜBİTAK Bilim Kurulu tarafından belirlenir. 2010 yılında her bir etkinlik için toplam destek tutarı en fazla 15.000 (on beş bin) TL, söz konusu etkinliğin uluslararası katılımlı olması durumunda toplam destek tutarı en fazla 20.000 (yirmi bin) TL olarak belirlenmiştir. Bu tutarların belirlenmediği durumda TÜBİTAK Bilim Kurulu tarafından belirlenen en son destek tutarları dikkate alınır.

4.AB REKABET EDEBİLİRLİK VE YENİLİK ÇERÇEVE PROGRAMI (CIP)¹³

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda yürütülen Avrupa Birliği'nin Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP), Avrupa'daki işletmeleri rekabete teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ'ler) hedef alan bu program, inovasyon faaliyetlerini desteklemekte, finansman kaynaklarına erişim olanaklarını iyileştirmekte ve bölgesel bazda iş destek hizmetleri sunmaktadır. Program, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) genele daha iyi şekilde yayılmasını ve kullanılmasını teşvik etmekte ve bilgi toplumunun gelişimine yardımcı olmaktadır. Program ayrıca, yenilenebilir enerji kaynaklarının daha fazla kullanımını ve enerji verimliliğini de teşvik etmektedir.

Toplam bütçesi **3,6 milyar Avro** olan CIP Programı'nın 3 alt bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan biri Girişimcilik ve Yenilikçilik Programıdır.

Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP)-Entrepreneurship and Innovation Programme) Bu alt bileşen Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. 2,1 milyar Avro bütçeli Girişimcilik ve Yenilik Programı'nın hedefleri şunlardır;

- Risk sermayesi ve kredi garanti enstrümanları kanalıyla KOBİ'lerin finansmana erişiminin kolaylaştırılması
- Bölgesel merkezlerden oluşan bir ağ olan Avrupa İşletmeler Ağı aracılığıyla iş ve yenilikçiliğin desteklenmesi
- Girişimcilik ve yenilikçiliğin teşvik edilmesi
- Eko inovasyonun desteklenmesi
- Girişimciliği ve yenilikçiliği teşvik eden politikaların desteklenmesi

¹³<http://ab.sanayi.gov.tr>

5. TURSEFF KREDİSİ (Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Kredisi)¹⁴

- TURSEFF, enerji verimlilik ya da yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapmak isteyen endüstriyel firmalar, ticari girişimciler ve özel konut sahiplerine yönelik kredi fırsatıdır.
- Kredi, EBRD (Avrupa ve İmar Kalkınma Bankası) tarafından geliştirilmiş olup krediler ortak bankalar yoluyla dağıtılır (AB Komisyonu yetkili organı).
- Başvuru sahibinin özelliğine göre, kredi alan taraflar TURSEFF altında kapsamlı enerji verimlilik özelliklerini içeren projelerin uygulanmasında 5 milyon ABD dolarına kadar finansman için uygun görülebilirler.
- Diğer proje parçaları müşterinin kendisi tarafından ya da TURSEFF ortak bankalarından biri tarafından finanse edilebilir. Borç alan tarafların, mali olarak uygun olması, ortak bankanın kredi kriterlerine uyması ve ortak bankanın kredi değerlendirme usullerine uygun olarak onay alması gerekir.
- TURSEFF altında finanse edilen projeler belirli performans kriterlerini karşılamalıdır. Endüstriyel ve ticari işlemlerde enerji verimliliği özelliklerine ilişkin projeler, %20'den fazla enerji tasarrufu sağlamalıdır. İnşaat sektöründe enerji verimliliğine ilişkin projeler %30'dan fazla tasarruf sağlamalıdır.

TURSEFF YATIRIM KATEGORİLERİ

- Konut Sektöründe Enerji Verimliliği Yatırımları
- Küçük Ölçekli Ticari Enerji Verimliliği Yatırımları
- Küçük Ölçekli Yenilenebilir Enerji Yatırımları
- Ticari ve Endüstriyel Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji Yatırımları
- İnşaat Sektöründe Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji Yatırımları
- Uygun Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji Teknoloji, Ekipman ve Materyal Üretici, Tedarikçi ve Tesisatçılar için Yatırım Kredileri

KATEGORİLER İÇİN MAKSİMUM KREDİ MİKTARI

Ticari enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji projeleri için **5 milyon ABD doları**

Küçük ölçekli projeler için **300,000 ABD doları**

Konut sektöründeki projeler için **75,000 ABD doları**

Enerji verimliliği tedarikçileri için **1 milyon ABD doları**

¹⁴<http://www.turseff.org>

- Bu miktarların üstündeki projeler için EBRD'nin (Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası) onayı gerekmektedir.
- Krediler bir projenin %100 yatırım maliyetinin finansmanı için kullanılabilir.

6.MİKRO-KREDİ

Yoksulluğun azaltılması ve finansal kaynaklara erişimi çok kısıtlı olan dar gelirli grupların bu kaynaklara erişimini kolaylaştırması için mikro-kredi desteği çeşitli kurumlar tarafından verilmektedir. Türkiye'de mikro finans kuruluşları ağırlıklı olarak fakirin fakiri olarak da adlandırılan kadınları hedef gruplarına almaktadır. Kırsal ve kentsel alanda yaşayan kadınlara küçük miktarlarla borç vererek kendi işlerini kurmaları ya da küçük ölçekli mevcut işlerini yürütmeleri için destek verilmektedir. Klasik bankacılık anlayışının tersine borç alan ve veren arasında kanuni araç bulunmamaktadır. Bu nedenle borcun düzenli ödenememesi durumunda icra veya mahkeme süreci uygulanmamakta, ödeme güclüğü içerisinde olan kişilerin borçları yeniden yapılandırılarak üretken olmaları teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Türkiye'de mikro-kredi programları uygulayan önemli bir kuruluş Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA)'dır. Vakıf bünyesinde merkezi Ankara'da bulunan Türkiye Grameen Mikro kredi Projesinin (TGMP) birçok ilde şubesi bulunmaktadır. Program ilk kez 2003 yılında Diyarbakır'da uygulanmaya başlanmıştır. TGMP'nin şubeleri tüm TR83 illerinde de bulunmaktadır. TGMP projeleri kapsamında çeşitli krediler bulunmaktadır:

Temel kredi; esas olan kredi türüdür. 1 yıllıktır, alınan kredi üzerinden % 15 hizmet bedeli kesilmekte ve anapara ile hizmet bedeli 46 haftada geri ödenmektedir.

Girişimcilik kredisi; temel kredi olarak bir senesini tamamlayan üyelere verilmektedir. % 15 hizmet bedeli kesilmekte ve anapara ile hizmet bedeli 46 haftada geri ödenmektedir.

Bunlarla birlikte Sözleşmeli Kredi, Kısa Vadeli Hayvancılık Kredisi, Topraksız Mikro Sera Kredisi ve Mücadeleci Üye Kredisi de verilmektedir. Kredi almak isteyen yoksul kadınlar beşer kişilik gruplarla bir araya gelerek gruplar oluşturmakta ve geri ödemelerini haftalık taksitlerle yapmaktadırlar. Kredi limiti ise üyenin iş yapma performansına bağlı olarak değişebilmektedir.¹⁵

¹⁵ <http://www.tgmp.net>

7. T.C. BİLİM SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ¹⁶

Teknogirişim Sermayesi Desteği

Desteğin amacı:

5746 Sayılı Kanun kapsamında sağlanan Teknogirişim Sermaye Desteği ile yeni ve yenilikçi iş fikirleri olan genç girişimcilerin, bu iş fikirlerini katma değer ve nitelikli istihdam yaratma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmeleri için çekirdek sermaye sağlanarak desteklenmesi amaçlanmaktadır.

Destek başvuru koşulları ve yararlanacaklar:

- Programa üniversitelerin örgün öğrenim veren, herhangi bir lisans programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci, yüksek lisans veya doktora öğrencisi ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5 yıl önce almış gerçek kişiler başvurabilmektedir.
- "Bir yıl içinde mezun olabilme" şartı, ilgili üniversitenin yetkili birimlerince Teknogirişim sermayesi desteği için talepte bulunulan merkezî yönetim kapsamındaki kamu idaresi adına düzenlenen bir yazıyla,
- "Ön başvuru tarihinden en çok beş yıl önce alma" şartı ise ilgili üniversitelerce verilen çıkış belgesiyle veya diplomayla tevsik edilecektir.
- Destekten, merkezî yönetim kapsamındaki kamu idaresi tarafından kabul edilmiş iş planına uygun biçimde ve destek başvurusundan sonra ihdas edilmiş ve girişimcinin tek başına temsil ve ilzama yetkili olduğu işletme yararlanabilecektir.

Programa yılda bir kez Bakanlık tarafından duyurulacak tarihlerde başvuru yapılabilmektedir. Destekleme süresi 12 ay, desteklenmesine karar verilen iş fikirlerinin giderlerine uygulanan en fazla destek miktarı 100.000 TL olup teminat alınmaksızın ve hibe olarak verilmektedir. Teknogirişim Sermayesi Desteği Proje bütçesinde desteklenecek gider kalemleri, 5746 Sayılı Kanunun Uygulama ve Denetim Yönetmeliğinin "Ar-Ge ve yenilik harcamalarının kapsamı" başlıklı 7. Maddesinde belirtilmiştir.

Teknogirişim Sermayesi Desteği Programına 2009-2011 yılı arasında toplam 1742 başvuru yapılmış olup, yapılan değerlendirme neticesinde 472 adet girişimciye ait iş fikrinin desteklenmesi uygun bulunmuştur. Bu iş fikirlerinden 3 adedi için patent başvurusu yapılmıştır.

¹⁶ <http://www.sanayi.gov.tr>

8. GİRİŞİM SERMAYESİ

Girişim sermayesi, yenilikçi bir iş fikrini fikir aşamasından itibaren destekleyen ve yenilikçiliğin girişimciliğe dönüşmesinde önemli rol oynayan bir yatırım finansman biçimidir. Girişim sermayesi, finansal gücü yeterli olmayan ancak yenilikçi bir iş fikri olan girişimcilerin yatırım fikirlerinin gerçekleştirilmesini sağlar. Fon fazlasına sahip yatırımcıların, gelişme potansiyeli yüksek olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin oluşumu ve faaliyete geçmesi için yaptıkları uzun vadeli bir yatırımdır. Bu yöntem şirkete finansman sağlamanın yanında yönetim ve strateji desteği de vererek şirketin büyümesine katkı sağlamaktadır. Girişim sermayesi ortaklıkları; çekirdek, başlangıç, erken aşama, gelişme, köprü ve yönetim satın alma gibi sınıflara ayrılmaktadır.

Girişim şirketi, gelişme potansiyeli olan ve kaynak ihtiyacı bulunan şirkettir. Girişim şirketlerinin, sınai, zirai uygulama ve ticari pazar potansiyeli olan araç, gereç, malzeme, hizmet veya yeni ürün, yöntem, sistem ve üretim tekniklerinin meydana getirilmesini veya geliştirilmesinin amaçlamaları ya da yönetim, teknik veya sermaye desteği ile bu amaçları gerçekleştirebilecek durumda olmaları gereklidir.¹⁷

Bir projenin her aşaması girişim sermayesi ile finanse edilebileceği gibi sadece bazı aşamaları da finanse edilebilir. Örneğin araştırma ve geliştirme aşamasında finanse edilen bir projede sadece fikir aşamasında olan bir projenin hayata geçirilmesine yönelik bir destek söz konusu olabilir. Başlangıç sermayesi finansmanında ise ürün geliştirme veya pazara sunma aşamaları finanse edilir. Bu aşamada üretim ve satış için firmaya kaynak sağlanır. İleri aşama finansman tekniklerinden biri olan gelişme ve büyüme sermayesi faaliyette olan şirketlerin büyümesini sağlamaya yöneliktir.

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planının 5 stratejik amacından birisi KOBİ'lerin ve girişimcilerin finansman erişimlerinin kolaylaştırılmasına yönelik belirlenen hedeflerden biri olarak *Girişim sermayesi, iş melekleri ve KOBİ borsası sistemlerinin geliştirilmesi* kapsamında girişimciler için girişim sermayesi gibi özendirici finansal kaynakların geliştirilmesi, iş melekleri ile ilgili teşvik edici mekanizmaların geliştirilmesi ve mevzuatın oluşturulması stratejisinin izleneceği belirtilmektedir. Söz konusu stratejinin eylem planında belirlenen eylemlerden birisi de Kalkınma Ajansları tarafından bölgesel düzeyde yenilikçi finansman modelleri geliştirmektir. Bu doğrultuda Kalkınma Ajansları bölgesel risk sermayesi, girişim sermayesi, kredi garanti fonları gibi finansman modelleri geliştirecek ve bölgeler arası işbirliği ağları temin etmek üzere fon kaynaklarını artıracaktır. Bu eylem ile birlikte KOBİ'lere yönelik bölgesel ihtiyaçlar çerçevesinde farklılaştırılabilen yeni finansman modellerinin geliştirilmesi beklenmektedir.

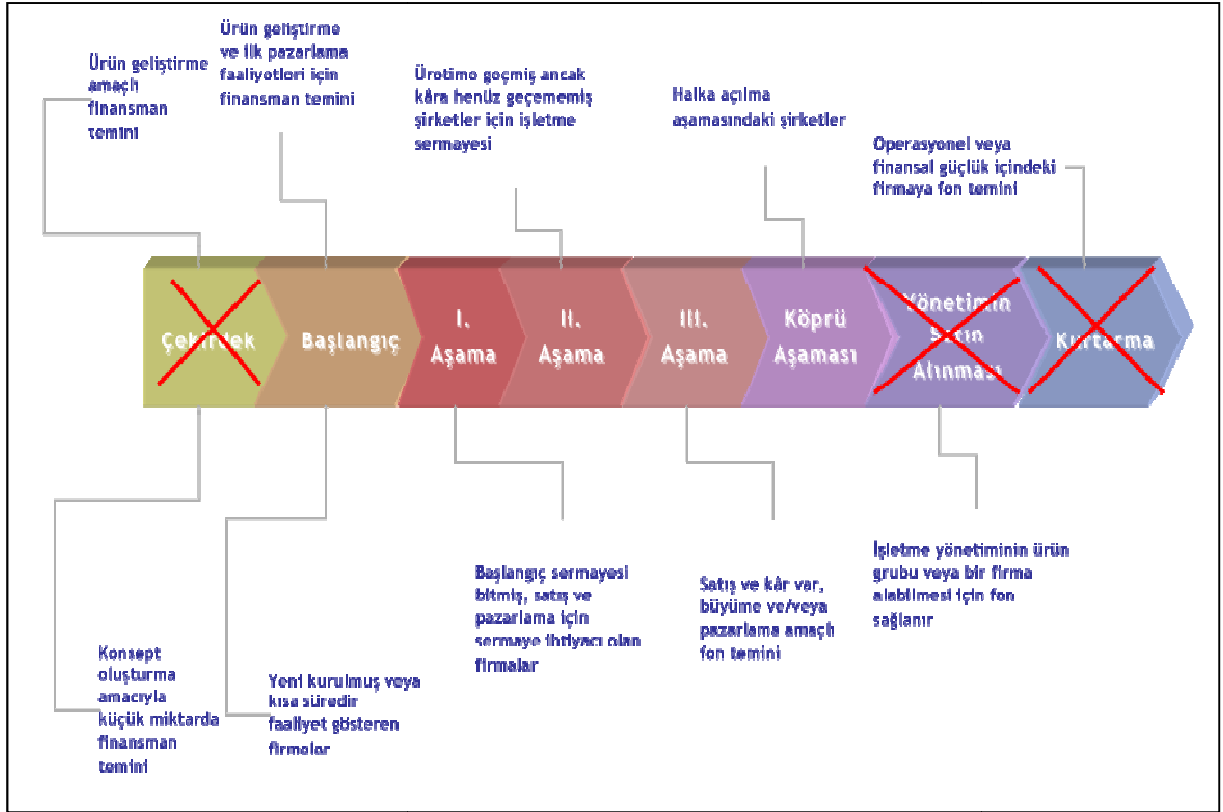
Ülkemizde girişim sermayesi sisteminin geliştirilmesi amacıyla 2007 yılında Avrupa Yatırım Fonu, KOSGEB, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve Türkiye Kalkınma Bankası'nın ortaklığı ile İstanbul Girişim Sermayesi İnişiyatifi (IVCI) kurulmuştur. Söz konusu şirket, girişim sermayesi şirketlerine fon ve KOBİ'lere sermaye desteği sağlamaktadır. Girişim sermayesi ile ilgili devam eden bir diğer çalışma AB Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı

¹⁷ <http://www.spk.gov.tr>

(IPA) çerçevesinde Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı kapsamında yürütülen "Gelişen 43 Girişim Sermayesi Fonu Projesi"dir. Bu proje ile yeni bir girişim sermayesi fonu kurulması hedeflenmektedir.

Ülkemizde 1999 yılında kurulan KOBİ Girişim Sermayesi Ortaklığı (KOBİ A.Ş.), küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik faaliyetlerine destek olmakta, mevcut veya yeni yatırımlara sermaye sağlamakta ve yönetim, organizasyon, vb. konularda danışmanlık vermektedir. TOBB, Halk Bankası, KOSGEB gibi kurumların ortaklığıyla kurulan KOBİ A.Ş. bugüne kadar 7 işletmeye ortak olarak girişim sermayesi fonu sağlamıştır.

Tablo: KOBİ A.Ş. Yatırım Stratejisi



- **Başlangıç Aşaması:** Konsept oluşturma, ürün geliştirme ve ilk pazarlama faaliyetleri için gerçekleştirilecek ortaklıklar bu kategoride yer almaktadır.
- **Birinci Aşama:** Başlangıç sermayelerini tüketen ve satış pazarlama için finansman ihtiyacı duyan şirketler ile gerçekleştirilecek ortaklıklar bu kategoride değerlendirilmektedir. Bu aşama için iş fikri ve karlılık beklentisi dikkate alınarak finansman desteği sağlanmaktadır.
- **İkinci veya Üçüncü Aşama:** Üreten/hizmet veren ve teslimatlara başlayan ancak kara geçememiş veya satışları artan ve kara geçmiş firmaların büyümeleri için sağlanacak işletme sermayesi ile gerçekleştirilecek ortaklıklar bu aşamada göz önüne alınmaktadır. Bu aşamada esas itibarıyla pazar ve pazar payındaki büyüme dikkate alınarak sermaye desteği verilmesi hedeflenmektedir.

- **Köprü Aşaması:** KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş., 6-12 ay içerisinde halka açılmayı bekleyen firmalara da yatırım yapabilir. Ancak bu aşamalardaki finansmanlar, Kobi Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. 'nin önceliğinde yer almamaktadır.¹⁸

İş Melekleri Ağı

İş melekleri Ağı, yenilikçi iş fikirleri olan girişimcilere sermaye sağlayan, şirket kuruluşunda ve idaresinde katkı veren ve şirket belirli bir noktaya geldiği zaman yatırımdan ayrılan yatırımcılardır. İş melekleri ağı girişim sermayesine göre daha az bir sermaye katkısını içeren ve daha erken aşamaları desteklemeyi öngören bir finansman modelidir. İş Melekleri, yüksek büyüme potansiyeli olan girişimlere şirkete ortak olmak koşuluyla yatırım yapan ve şirket yönetimi konusundaki tecrübelerini ve kişisel iş bağlantılarını paylaşan kişilerdir.

Girişim sermayesine göre daha az bir sermaye katkısını içeren ve daha erken aşama desteklemeyi öngören iş meleklerinin yatırım tutarları 20.000-250.000 Avro arasında değişirken, resmi girişim sermayesinde yatırım tutarı en az 2.5 milyon Avro tutarındadır.

Avrupa'daki iş meleklerini bir araya toplayan, Avrupa İş Melekleri Ağı (EBAN) 27 ülkeden 100'den fazla kurumu bir araya getiren bir ağıdır. EBAN, 1999 yılında, Avrupa'nın önde gelen iş melekleri ağlarından oluşan bir grup tarafından, EURADA (Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansları Birliği) ile Avrupa Komisyonu'nun mali desteğiyle kurulmuştur. EBAN'ın amacı iş meleklerinin bölgesel ekonomik kalkınmadaki rolleri hakkında tüm Avrupa'yı bilinçlendirmek, girişimcileri ve yatırımcıları bir araya getirmektedir. EBAN, Avrupa'daki başlangıç aşamasındaki yatırım piyasasını temsil eden, melekler piyasasında araştırmalar yapan ve eğilimleri tespit eden, iyi uygulamaları tanımlayan ve paylaşan, aktörler arasında ağ oluşturan bir yapıdır.¹⁹

ODTÜ Teknokent bünyesinde kurulan METUTECH-BAN (Teknoloji Yatırımcıları Ağı Derneği) iş melekleri ağının ülkemizdeki ilk uygulamasıdır. Dernek yatırımcıları ve özellikle teknoloji tabanlı girişimcileri buluşturmaya amaçlamaktadır.²⁰

Ülkemizde Avrupa İşletmeler Ağına üye olan bir diğer kuruluş "Etohum"²¹dur. Etohum internet konusunda yeni bir iş fikri olan ve iş fikrini gerçekleştirmek üzere şirketini kurmak isteyen genç yatırımcıları ve profesyonelleri biraraya getirmeyi amaçlayan bir oluşumdur. İş melekleri finansman modeli ile ilgili ülkemizde çeşitli girişimler olmakla birlikte henüz tam olarak bir gelişme sağlanamamıştır. Bununla birlikte KOBİ A.Ş bünyesinde bir iş melekleri ağı oluşturulmasına yönelik bir çalışma başlatılmıştır. KOBİ İş Melekleri Ağı isimli projeye dahil olan sermaye sahibi yatırımcılar (iş melekleri) ile ticarileşme potansiyeli bulunan iş fikri sahiplerinin eşleştirilmesi ile

¹⁸ www.kobias.com.tr

¹⁹ <http://www.eban.org>

²⁰ <http://www.metutechban.org>

yatırımların gerçekleştirilmesi sağlanacaktır. Bu ağ ile çekirdek, başlangıç ve birinci aşamadaki projelere finansman sağlanması beklenmektedir. KOBİ İş Melekleri Ağı kapsamında, rekabet avantajı yüksek ve büyük pazar yaratma potansiyeline sahip Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunabilecek her türlü projenin değerlendirmeye alınması hedeflenmektedir.

9.GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KURUMLAR

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)²¹

İGEME, 1960 yılında Türkiye ihracatını geliştirmek ve sağlıklı bir yapıya kavuşturmak, bu amaçla araştırma ve çalışmalar yapmak ve ilgili kurumlar arasında koordinasyonu sağlamak ana işlevi ile kurulmuştur. Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

İhracatçıya ve ihracat potansiyeli olan firmalara gerekli tüm bilgileri sağlamak, bu alandaki beceri ve donanımlarını geliştirmelerine yardımcı olmak, dış ticaretle ilgili kamu kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamak, Türk ihracat ürünleri ve firmalarının yurt dışında tanıtılması amacı ile yayınlar hazırlamak, uluslararası fuarlara millî katılımlar organize etmek, yerli ihracatçı ile yabancı ithalatçı arasında doğrudan temas olanakları yaratmak gibi faaliyetler sürdürmektedir.

Kadın Merkezi (KAMER)²² VAKFI

Kadın Merkezi (KAMER), 1997 yılında kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Hedefi, kadınların hukuksal, ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan güçlendirilmelerine katkı sağlamak ve kadınların uzun dönemli istihdamı ve eğitimi için destek mekanizmaları geliştirmektir. KAMER, kadınların kendi hakları hakkında ve bu hakların ihlali konusunda bilinç ve duyarlılık geliştirmelerine, çeşitli kamusal etkinliklere ve istihdama katılmak üzere evlerinden çıkmalarına yardımcı olmak ve kadın istihdamını artırmak gibi amaçlara sahiptir. KAMER iş fikri geliştirme kursları düzenlemekte ve bu alanda istekli kadınlara eğitim vermektedir.

Kredi Garanti Fonu (KGF)²³

KGF, girişimcilerin ve KOBİ'lerin bankalardan alacakları kredilere teminat sağlamak amacıyla, girişimciliği destekleyen çeşitli devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelmesiyle 1991 yılında kurulmuştur. KGF, verdiği kefalet ve üstlendiği risk ile girişimcilerin daha çok banka kredisi kullanabilmelerini sağlamakta, uzun vadeli ve uygun maliyetli kredilerden küçük işletmelerin de yararlanmasını mümkün hâle getirmektedir. KGF kefaletlerinde genç ve kadın girişimciliğin geliştirilmesi temel amaçtır. Yenilikçi yatırımların

²¹ <http://www.igeme.org.tr>

²² <http://www.kamer.org.tr>

²³ <http://www.kgf.com.tr>

gerçekleştirilmesi, ileri teknoloji içeren küçük girişimler, ihracatın desteklenmesi, istihdam artışı sağlayacak yatırımlar ve bölgesel kalkınma amaçlı yatırımlar KGF kefaletlerinde öncelikli olarak değerlendirilen konulardır.

KGF kapsamında garanti verilen krediler şunlardır:

- Yeni iş kurma
- Mevcut tesisin genişletilmesi
- Hammadde temini
- Yeni teknoloji kullanımı
- Yeni iş yerine taşınma
- Nakit sıkıntısını giderme
- İhracatın finansmanı
- İthalatın finansmanı
- Teminat mektubu amaçlı krediler
- Finansal kiralama
- KOBİ'lerin kullandığı diğer nakdi ve gayri nakdi krediler

Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA)²⁴

Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA), 1985 yılında kurulmuştur.

Türkiye' de iş gücü piyasasının ihtiyaç ve standartlarını dikkate alan, uygulamalı bir meslek eğitimi modelinin benimsenmesi ve yayılması için çaba harcamaktadır. MEKSA bugün Türkiye'nin 13 ilinde 22 mesleki eğitim merkezi işletmektedir. Buralarda yirminin üzerinde meslek dalında eğitim verilmektedir.

Toplum Gönüllüleri Vakfı (TGV)²⁵

Toplum Gönüllüleri Vakfı, 2002 yılında gençlerin öncülüğünde toplumsal barış, dayanışma ve değişimi gerçekleştirme vizyonu ile yola çıkan bir sivil toplum kuruluşudur. TGV, mikro finans programlarına 2006 yılında başlamıştır. Topluma Destek Projesi kapsamında başta kadınlar olmak üzere tüm ülkede 2,5 milyon kişiye ulaşma hedefiyle yola çıkan TGV, proje kapsamında özel bir banka ile bir protokol imzalamıştır. TGV bu alanda projeler geliştirmeye devam etmektedir.

²⁴ <http://meksa.org.tr>

²⁵ <http://www.tog.org.tr>

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)²⁶

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), 2002 yılında ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak kurulmuştur. KAGİDER Türkiye’de kadın girişimciliği ve liderliğini geliştirmek temel amacı ile çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çerçevede KAGİDER İstanbul’da ve Anadolu’nun farklı illerindeki kadın girişimcilere iş kurma ve geliştirme süreçlerinde kapsamlı eğitimler verir ve danışmanlık desteği sunar.

Türkiye Kalkınma Bankası (TKB)²⁷

Türkiye Kalkınma Bankası (TKB), anonim şirket statüsündeki girişimlerin yatırımlarını yurt içi ve yurt dışı kaynaklarla destekleyen, işletmelere iştirak eden ve teknik yardım desteği sağlayan bir yatırım bankasıdır. Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası, Dünya Bankası, İslam Kalkınma Bankası gibi yurt dışı kaynaklı kredileri, koşulları sağlayan girişimcilere kullanmaktadır.

Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV)²⁸

TOSYÖV’ün amacı, KOBİ’lerin problemlerini ortaya koyarak bu problemlere çözüm yolları bulmaktır. Aynı zamanda ülkemizde girişimcilik ortamının yaratılmasında, girişimcilik kültürünün gelişmesinde tüm etkinliklere öncülük etmek ve desteklemek, KOBİ’lere ulusal ve uluslararası piyasalarda güçlü birer yapı kazandırmak da amaçları arasındadır. Vakıf bu amaçla, eğitim, panel ve konferanslar düzenlemekte, yayınlar çıkarmaktadır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)²⁹

TOBB, 1950 yılında kurulmuştur. TOBB, özel sektörün Türkiye’de mesleki üst kuruluşu ve kanuni temsilcisidir. TOBB’un hâlen, yerel düzeyde, ticaret, sanayi, ticaret ve sanayi, deniz ticaret odaları ve borsalar şeklinde oluşmuş 365 üyesi bulunmaktadır. Tüm ülke çapında yayılmış olan oda ve borsalara, çeşitli büyüklüklerde ve bütün sektörlerden bir milyonun üzerinde firma kayıtlı bulunmaktadır. TOBB, Türk girişimcisinin çalışmalarına öncülük ve liderlik eder, KOBİ’lere bilgi, eğitim ve danışmanlık hizmeti sunar.

²⁶ <http://www.kagider.org>

²⁷ <http://www.kalkinma.com.tr>

²⁸ <http://www.tosyov.org.tr>

²⁹ <http://www.tobb.org.tr>

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)³⁰

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), bağımsız, kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olarak 1991 yılında kurulmuştur. Amacı özel ve kamu sektörünün uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi yolu ile güçlendirmektir. TTGV, işletmelerin geliştirdiği projelerin maliyetinin en fazla %50'sini karşılayacak faizsiz geri ödemeli krediler şeklinde Ar-Ge desteği verilmesine yönelik ulusal ve yabancı fonları yönetmektedir.

³⁰ <http://www.ttg.org.tr>

4

ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK DESTEĞİ ÖRNEKLERİ

Barcelona Aktiva (İspanya)³¹

1986 yılında Barcelona Şehir konseyi tarafından kurulan yerel kalkınma ajansı Barcelona Aktiva, başlangıçta sadece 14 projeli bir iş geliştirme merkezi iken, bugün Barcelona'da girişimcilik, yenilikçilik, kariyer gelişimi ve istihdam yaratma konularında temel aktörlerden biri haline gelmiştir. Ajans, her yıl 100.000'in üzerinde kişiye ulaşmakta, 1400'ün üzerinde yeni iş girişimine danışmanlık etmekte ve oluşturdukları iş geliştirme merkezinde 100'ün üzerinde şirket kurulmasını sağlamaktadır. Ajans faaliyetlerini 4 alanda sürdürmektedir: 1) İş kurma ve girişimcilik kültürünün geliştirilmesi, 2) Yenilikçi girişimlerin geliştirilmesi, 3) İnsan sermayesi gelişimi ve yeni iş fırsatları, 4) İstihdamın geliştirilmesi.

1) İş kurma ve girişimcilik kültürünün geliştirilmesi,

Bu faaliyetin amacı yeni işletmelerin kurulmasını teşvik etmek için potansiyel girişimcilere profesyonel hizmetler sağlamaktır. Bunun yanında iş fikrinin oluşması aşamasından işletme kuruluşuna kadar ki süreçte girişimcilere danışmanlık sağlanarak girişimcilik kültürünün teşvik edilmesi hedeflenmektedir. Ajans bu amaçlara ulaşmak için harmanlanmış bir model geliştirmiştir. Bu modelde girişimcilere sağlanan hizmetlerin başında klasik eğitimler, kişisel danışmanlık, basılı materyaller ve online iş planı hazırlama, girişimcilik testi uygulama ve yeni bir işe başlamak için gerekli bilgiyi sağlama konularında güçlü bir içerik sunan web sitesi gelmektedir. Ajansın girişimcilere verilen bu hizmetlere erişilebilirliği artırmak için uyguladığı ana girişimler şunlardır: Glories Girişimcilik Merkezi, BarcelonaNETactiva ve Girişimci Günü.



³¹ OKA, (2010) Barcelona Activa Bölgesel Kalkınma Ajansı Çalışma Ziyareti Görev Dönüş Raporu



2) Yenilikçi girişimlerin geliştirilmesi

Bu faaliyetin amacı yenilikçi girişimlerin gelişimini uluslararasılaşma, fonlara erişim, işbirliği ve yenilikçilik yoluyla destekleyen şartları oluşturmaktır. Bu amaçla yürütülen bazı faaliyetler şunlardır; işletmeler arası işbirliği programları, teknoloji ve yenilik köprüleri, yatırım programları, stratejik işletme büyüme programları, Kuzey Barcelona Teknoloji Parkı ve İş Kuluçka Merkezi.





Ajansın 2009 yılı faaliyetlerine bakıldığında;

- ❖ Ajans faaliyetlerine katılan toplam **222.228** kişi
- ❖ İş kurma faaliyetlerine katılan **29.697** kişi
- ❖ Rehberlik edilen proje sayısı **2.132**
- ❖ Kuluçka ve teknoloji parklarında kurulan yenilikçi şirket sayısı **116**
- ❖ İş büyütme kapsamında rehberlik edilen **396** proje
- ❖ İnsan kaynakları geliştirme programına katılan **62.227** kişi
- ❖ Eğitim ve İş Bulma Faaliyetlerinden faydalanan **53.649** kişi

Ajansın 2009 yılında yarattığı etkiye bakıldığında;

- ❖ **710** şirket kurulmuştur. İş kurma oranı; **%59,7**
- ❖ Danışmanlık desteği verilen iş projelerindeki yabancı oranı **%30,9**
- ❖ Kurulmasına destek verilmiş şirketlerde **1.377** kişilik istihdam yaratıldı. Ortalama işçi sayısı **1,9**
- ❖ Barselona Aktiva iş kuluçka merkezinde kurulmuş ve dördüncü yılında işine devam edebilen şirketlerin oranı; **%76,5**
- ❖ Dördüncü yılında faaliyetlerine devam eden şirketlerin toplam iş hacmi; **689.455 €**
- ❖ Dördüncü yılında işine devam eden şirketlerdeki ortalama çalışan sayısı; **5,1**
- ❖ İş kuluçka merkezindeki yabancı şirketlerin oranı; **%11,9**
- ❖ İş edindirme faaliyetlerinde yararlanan katılımcıların işe giriş yüzdesi; **%65,7**

Bielsko-Biala Bölgesel Kalkınma Ajansı (Polonya)³²

TechnoBIT Girişim Projesi

Projenin temel amacı bilişim, medikal, çevresel koruma, turizm, mobilya, basım, plastik, metal, elektronik ve otomasyon sektörlerinde yenilikçi çözümlere dayanan yeni girişimler yaratmaktır.

Girişim fikrinin başvuru tarihinden itibaren 14 gün içerisinde proje takımında yer alan iki kişiden oluşturulan bir komite tarafından ilk resmi değerlendirme yapılır. Olumlu değerlendirme gerçekleşirse girişimci 7 gün içerisinde girişim fikrinin detaylı tanımını yapar. Bunun sonrasında iki uzmandan oluşan bir dış komite tarafından kapsamlı bir değerlendirme 30 gün içerisinde tamamlanır. Dış komitenin olumlu görüşü sonrasında Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu girişimci ile ön kuluçka anlaşması imzalanmasını onaylar.

Ön kuluçka döneminde, aşağıdaki raporlar hazırlanır;

- ❖ Girişimcinin sunduğu yenilikçi çözümlerin orijinalliğini tespit etmek amacıyla bir dış uzman tarafından sınai mülkiyet hakları inceleme raporu hazırlanır
- ❖ Bir dış uzman tarafından iş planı ve pazar araştırması hazırlanır
- ❖ Girişim fikrinin teknolojik uygulanabilirliğini inceleyen bir dış uzman raporu hazırlanır
- ❖ Kalkınma Ajansının kurulacak şirkete sermaye girişinin uygunluğunu inceleyen bir dış uzman raporu hazırlanır.

Bu raporlarda belirtilen olumlu uzman görüşleri sonrasında girişimci ile yatırım anlaşması imzalanır. Yatırım anlaşması imzalandıktan sonra Kalkınma Ajansı, Polonya Girişim Geliştirme Ajansına sermaye girişinin onaylanması için başvuruda bulunur. Başvuru onaylanırsa, Kalkınma Ajansı Yenilikçi kurulan şirkete, en fazla 200.000 Euro sermaye girişi yaparak hisselerin %50'sinden daha az bir kısmına sahip olur.

Uygulama ve izleme sürecinde, ön kuluçka döneminde hazırlanan iş planına uygun bir şekilde işletilen şirket finansal raporlarını her ay Kalkınma Ajansına sunar. Kalkınma Ajansı genellikle 2-3 yıl içerisinde sermayesini şirketten çekerek yatırımdan ayrılır. Ajans, 10 yıl içinde şirketten sermayesini çekmek zorundadır. Ajans şu an itibarıyla bilgi teknolojileri sektöründe iki firmayı bu kapsam da desteklemekte ve 3 firma için de karar aşamasındadır.

³² OKA, (2011) Bielsko-Biala Bölgesel Kalkınma Ajansı Çalışma Ziyareti Görev Dönüş Raporu

5

GİRİŞİMİN KURULMASI

İş kurmadan önce bir girişimcinin belirlemesi gereken en önemli unsurlar, kurulacak işin gelir, gider, sermaye ve başarı faktörlerinin belirlenmesidir. Bunun ardından işin kurulmasıyla ilgili aşamalara geçilebilir.³³

1.Farklı Modellere Bakılması

Girişimci kendi iş modelini oluşturmadan önce farklı uygulamaları incelemelidir, bu sayede mevcut riskleri daha aza indirebilmektedir.

2.İşin Tarif Edilmesi

İş modelini oluşturmadan önce işi tarif edebilmek, danışılacak ya da destek alınacak kişilere fikri anlatmada büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu tarif, şu sorulara cevap verebilir:

- Bu işten nasıl gelir sağlanacaktır?
- Maliyet unsurları nelerdir?
- Hangi maliyetler sabit, hangileri değişkendir?
- İş başlatmak ve sürdürülebilmek için gereken sermaye miktarı nedir?
- İşletmeyi başarıya götürecekt unsurlar nelerdir?

3.Tarif Metnini Gözden Geçirme

- “Özellikle gelir kaynaklarını test etmek için pazar araştırması yapıp hedeflediği müşteri kitlesinin, ürün ya da hizmetine ne kadar para harcama eğiliminde olduğunu araştırmalıdır.”
- “İşle ilgili dağıtım, depolama gibi bazı hizmetleri başkalarından almanın maliyetlerini araştırmalıdır. Altından kalkabileceği bir maliyet belirlerse bu hizmetleri başkalarına yaptırıp esas işine odaklanmayı sağlayacak şekilde modeli değiştirmeyi tercih etmelidir.”
- “İşle ilgili kalite, müşteri memnuniyeti, hızlı teslimat, düşük maliyet gibi konularda özgün ve değişik çözümler geliştirmeye çalışmalıdır.”

Girişimci, iş fikrini oluşturduktan sonra yeni bir işletme kurabilir veya mevcut bir işletmeyi devralabilir.

A.İşletmenin Kurulması

Türkiye’de özel şirketler şahıs ve sermaye şirketleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Girişimcinin şirketinin hukuki yapısına karar vermeden önce şu kriterleri düşünmesi gerekir. Bu kriterler sonucunda, girişimcinin mali ve hukuki olarak kendini bilgilendirmesi veya danışmanlık alması gerekmektedir.

- “Faaliyet konusu: İşletme hangi ürün ve hizmetleri üretecektir?

³³ T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Aile Eğitim Programı, “Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu”, http://www.aep.gov.tr/_pdf/aile-egitim-seti/kucuk-olcekli-isletme-girisimciligi.pdf (20.07.2011)

- *Mülkiyet ve ortaklık*: İşletmenin kurucusu kim ya da kimler olacaktır? Tek şahıs, iki veya daha fazla gerçek ya da tüzel kişi mi olacaktır?
- *Büyükük*: İşletmenin ihtiyaç duyacağı kaynaklar neler olacaktır? Miktarları nedir? Nasıl ve nerelerden temin edilecektir?
- *Sermaye*: Başlangıçta konulması gereken kuruluş sermayesi ne kadardır? Sermaye arttırma şartları nelerdir?
- *Devlete karşı yükümlülükler*: Hangi tür vergi ile yükümlü olunacaktır? Ne gibi vergi, resim ve harç bedelleri oluşacaktır?
- *Sorumluluk*: Girişimci kime ya da kimlere karşı, ne kadar sorumlu olacaktır?
- *Kontrol*: Girişimcinin işletme üzerindeki kontrol gücü nedir?
- *İşletmenin hedefleri*: İşletmenin iş ve büyüme hedefleri nelerdir? Seçilen yapı bunları ne düzeyde karşılayabilecektir?
- *Maliyet*: Kuruluş ve işletme maliyetleri ne kadardır?"

Hangi Kanunlar Bilinmelidir?

- Bağ-Kur Kanunu
- Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu
- Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu
- İş Kanunu
- Odalar ve Borsalar Kanunu
- Sosyal Sigortalar Kanunu
- Türk Ticaret Kanunu
- Umumi Hıfzıssıhha Kanunu
- Vergi Usul Kanunu

Hangi Kurumlarla İlişki İçinde Olunacaktır?

- Belediyeler
- Bölge Çalışma Müdürlükleri
- İŞKUR
- Meslek kuruluşları
- Sosyal Güvenlik Kurumu
- Ticaret Sicil Memurluğu
- Vergi daireleri

B. Mevcut İşletmenin Satın Alınması

Girişimci, yeni bir işletme kurmak yerine mevcut bir işletmeyi de satın alınabilir. Bunun için de şu kriterler üzerinde düşünebilir:

- *Kişisel tercihler:* Girişimci satın almayı düşündüğü işletmenin yapmayı planladığı işe, yeteneklerine, ilgi alanlarına, deneyimlerine, şartlarına, tercihlerine ve değerlerine uygun olup olmadığına bakmalıdır.
- *Farklı fırsatlar:* Mevcut farklı fırsatlarla ilgili bilgileri komisyonculardan, gazete ilanlarından, çeşitli üretici ve bayilerden ya da danışman, avukat ve muhasebeci gibi profesyonellerden yeterince araştırmalıdır.
- *Seçilen işletmeyle ilgili değerlendirme:* İşletmenin satış ve kâr durumu, vergi borcu olup olmadığı, stokların gerçek değeri vb. hususlarda bilgi alıp değerlendirmelidir.”

Mevcut İşletmenin Satın Alınmasının Avantajları

- Pazar araştırması yapmak daha kolaydır.
- İşletme kurulurken harcanan masraflar yapılmamış olur.
- Mevcut personelden faydalanma imkanı doğar.
- Mevcut işletmenin ün ve müşteri kitlesi kullanılabilir.
- Zaman kaybetmeden işi sürdürme fırsatı elde edilir.

Mevcut İşletmenin Satın Alınmasının Dezavantajları

- İşletmenin imajı zayıf olabilir.
- Mevcut çalışanlar istenen verimlilik düzeyinde olmayabilir.
- İşyerinin konumu istenen yerde olmayabilir.
- İşletme ekipmanları kullanılamaz halde olabilir.
- İşletmede yapılması istenen revizyonlar vakit alabilir.

C. Franchising

Bir dağıtım ve pazarlama sistemi olan Franchising, iki taraf arasında süreklilik gösteren ve ticari ilişkiye dayanan bir anlaşmadır. Franchising, bir işletme sistemi çerçevesinde yapılan satış etkinliklerinde denenmiş, kendini ispat etmiş bir markanın desteği ve güvencesi altında iş yapan, birbirinin kopyası firmaların mal ve hizmet dağılımına yönelik olarak belli bir bedel karşılığında söz konusu marka ve sistemin sahibi olan firma (Franchisor) ile girmiş oldukları bağımsız bir ticari ilişki türüdür.³⁴

ABD’de 1950 yılından beri uygulanmakta olan sistem, Türkiye’de 1985 yılında McDonald’s ile başlamıştır. Ülkede franchise sistemindeki zincir sayısı 100, işletmelerin toplam sayısı ise 2000’i bulmuştur.

³⁴ <http://www.girisim.net/franchising/franchisingnedir.htm>

Avantajları

- Piyasada tanınmış bir firma ismi ile çalışmak önemlidir.
- Marka, işletmeye isim hakkı yanında eğitim, reklam, tanıtım desteği de sağlamaktadır.
- İşletme, ulusal ve/veya uluslararası bir standarda sahip olmaktadır.

TR83 BÖLGE PLANINDA GİRİŞİMCİLİK³⁵

TR83 Bölge Planı'nın (Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi) "İnsan Kaynaklarının ve Toplumsal Yapının Geliştirilmesi" başlıklı stratejik amacı kapsamında bölgede girişimciliğin geliştirilmesi amacıyla 3 adet proje tanımlanmıştır. Bu projeler şunlardır;

Proje 2.1.3.4. Kamu, özel kesim ve STK işbirliği ile bölge kentlerinde (daha çok yeni kentlileri dikkate alarak) yetişkin bireyler ve özellikle kadınlar için, girişimcilik/ iş kurma eğitimi verilmesi

Proje 2.2.2.4: Girişimcilik Eğitiminin Etkin ve Yaygın Olarak Sağlanması

Proje 2.2.2.5. Birinci derece yığılma merkezlerinde Sosyal Riski Azaltma Projesi'nden yararlanarak küçük girişimciliği geliştirmek için, mikro- kredi programları konusunda bilgilendirmeye yönelik tanıtım çalışmaları yapılması

Bölgenin gelişimi açısından stratejik öneme sahip projeler arasında olan 2.2.2.4 numaralı proje metni aşağıda yer almaktadır.

Proje 2.2.2.4: Girişimcilik Eğitiminin Etkin ve Yaygın Olarak Sağlanması

İlgili stratejik amaç 2: İnsan Kaynaklarının ve Toplumsal Yapının Geliştirilmesi
İlgili öncelik 2.2: Yoksullaşmaya, işsizliğe ve güvencesizliğe karşı kurumsal mekanizmaların geliştirilmesi
İlgili tedbir 2.2.2: İstihdamın artırılması ve işsizlik oranının azaltılması

Giriş

Bölgede tarıma dayalı bir istihdam yapısı mevcuttur. Üretimde rekabetçi bir yapı olmadığı gibi, verimlilik düşüktür. Bölgede istihdamın artırılması, kentleşmeyle birlikte sanayinin geliştirilmesi ve rekabet gücünün artırılmasına bağlıdır. OVP, ekonomik büyüme ve istihdam artışının özel kesim eliyle gerçekleştirilmesini esas olarak almaktadır. Bölgede plan öngörüsü doğrultusundaki değişimlerin biçimleneceği geçiş döneminde, istihdam sorununun özel olarak ele alınması ve farklı kentlerde farklı nitelik ve niceliklerde önem kazanacak olan istihdam sorununun buna uygun olarak ele alınması gerekecektir.

Amaç

Projenin amacı, İŞKUR'un uygulamakta olduğu aktif istihdam politikası kapasitesinin geliştirilmesiyle, nüfusu giderek artması beklenen kentsel yerleşimlerde,

- İş arama yardımı alan ve işe yerleşen sayısının artırılması,

³⁵ Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi Bölgesel Gelişme Ana Planı (2006). Ankara: Dolsar.

- İş arayanlardan, mevcut istihdam ihtiyaçlarına uygun hale getirilen sayısının artırılması ve
- Sosyal ve bölgesel tutunumun sağlanması ve yoksulluğun ortadan kaldırılmasına katkıda bulunma kapasitesinin artırılmasıdır.

Kapsam ve Eylemler

Bölgedeki İŞKUR'ların önleyici tedbir uygulamaları geliştirmesi;

- İŞKUR müdürlüklerinin aktif işgücü piyasası tedbirleri için proje geliştirmesi
- Bölgesel gelişme, il gelişme vb. planları ve piyasa gelişmelerini izleyerek, istihdam ihtiyaçlarının erken tespit edilmesi
- Kişiselleştirilmiş eylem planlarının geliştirilmesine yardımcı olmak üzere talep eden işgücüne/ adaylara rehberlik ve eğitim hizmeti verilmesi
- İşsizlik sigortası kapsamında verilen kurslara devam eden katılımcı sayısının artırılması

İşletme sahibi olanların, talebin geliştiği alanlardaki işler için eğitilmesi ve bu işletmelerin istihdam kapasitesinin artırılması;

- Katılımcı yaklaşımla proje yönetim gruplarının oluşturulması
- Kentlerdeki/ bölgedeki yeni gelişmeler nedeniyle ortaya çıkan talebe göre eğitim ihtiyacının saptanması
- Saptanan konularda eğitim programlarının geliştirilmesi ve eğitim materyallerinin hazırlanması
- Eğitimin verilmesi
- Eğitimden elde edilen sonuçların değerlendirilmesi ve en iyi örneklerin seçilmesi
- Deneyimlerin paylaşılması ve bir sonraki dönem için gereken kalibrasyonun yapılması

İşgücü piyasasında yer alan ve iş bulmada dezavantajlı olan gruplara (yeni mezunlar, okur-yazar olmayanlar, engelliler) yönelik yeni istihdam tedbirleri oluşturulması;

- İstihdam garantili kursların sayısının artırılması
- İş arama yardımı yapılacak işsiz sayısının artırılması için proje geliştirilmesi
- Kendi işini kurmaya ve girişimciliğe yönelik kurslar hazırlanması ve uygulanması
- Kentlere yeni gelenlerin içerilmesi ve tutunumu için istihdam tedbirleri oluşturulması
- İş talebinde bulunanların, toplum merkezinde, özelliklerine göre gruplara ayrılması
- İstihdam ihtiyaçlarıyla gruplardan istihdam edilebileceklerin belirlenmesi (birinci eylemde belirlenen)
- Grupların eğitim ihtiyaçlarının saptanması

Kentlere yeni gelenlerin içerilmesi ve tutunumu için istihdam tedbirleri oluşturulması;

- İş talebinde bulunanların, toplum merkezinde, özelliklerine göre gruplara ayrılması
- İstihdam ihtiyaçlarıyla gruplardan istihdam edilebileceklerin belirlenmesi (birinci eylemde belirlenen)
- Grupların eğitim ihtiyaçlarının saptanması
- Kente yeni gelenlerin (belirlenen işgücü talebine göre) eğitimi ve istihdamı

Mekan

Bu projenin kent merkezlerinde uygulanması planlanmaktadır. Öncelikle sanayinin daha gelişmiş olduğu orum ve Samsun illerinde projeler başlatılarak, diğer illere doğru yaygınlaştırılması planlanmaktadır.

Kurumsal Yapı

İşKUR aktif istihdam politikaları uygulamakta ve AB fonlarından yararlanarak kapasitesini genişletmektedir. Kapasitenin genişletilebilmesi için, İşKUR'un kentlerde TSO, TESK ve diğer ekonomik ve istihdam amaçlı STK'lar ile, protokol çerçevesinde, işbirliği örüntüsü geliştirilmelidir.

Kaynak

(2005 yılı fiyatları ile milyon YTL)

Proje bütçesinin kurumsal yapısı ve dönemlere dağılımı	2006-2010 (kısa erim)	2011-2015 (orta erim)	2016-2023 (uzun erim)	Toplam
Kamu kesimi	2	2	1	5
Özel kesim	-	-	1	1
Toplam	2	2	2	6

7 SONUÇ

Girişimcilik son yıllarda ülkelerin gündeminde her geçen gün daha fazla kendine yer bulan önemli konulardan birisi haline gelmiştir. Önceki bölümlerde de belirtildiği üzere artık kamu teşviklerinden de önemli bir pay almaktadır ve bu sayede önemi daha da artmaktadır. Kalkınma perspektifinden ele alındığında girişimcilik, insanların yeni fikirlerle yeni iş olanakları yaratmaları, ekonomilere bir hareketlilik getirmeleri ve işsizliğin azalmasına dolaylı olarak katkı sağlamaktadır. Bu bakımdan ele alındığında girişimciliğin aynı zamanda yenilikçi ve yenilikçiliği teşvik eden bir yapısı olduğu da görülmektedir.

Ülkemizde de girişimciliğin teşvik edilmesi amaçlı birçok strateji ve çerçeve belgede önemli tedbirler ve eylem planları bulunmaktadır. Özellikle 1980 sonrası dönemde özel teşebbüsün teşvik edilmesi politikalarıyla beraber son dönem öncelikleri arasında girişimcilik kavramı temel hedefler arasına girmiştir. 2007-2013 dönemini kapsayan 9. Kalkınma Planında örneğin aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem verilmekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık ve rehberlik hizmetleri ile mesleki eğitim kursları yoluyla etkili işgücü politikalarının uygulanması hedeflenmektedir. Burada da belirtildiği üzere girişimcilik, mesleki eğitimden, istihdam garantili programlara kadar birçok alanda eğitim tedbirleriyle desteklenmektedir. Bunun dışında girişimcilik aynı zamanda bir kültürdür ve bu kültürün topluma kazandırılması maksatlı farkındalık faaliyetleri de çeşitli hedef gruplara yönelik düzenlenmelidir.

Bölgemiz ölçeğinde konuyu değerlendirdiğimizde, ülkedeki genel problemlere paralel olarak, girişimciliğin önündeki en temel sorunlar finans kaynaklarına erişimde yaşanan güçlükler pazarlama ve yönetim gibi konularda eğitim yetersizliği ve konuya ilişkin bilgi ve vizyon eksikliğidir. Dolayısıyla geliştirilecek çözüm önerileri ve stratejiler bu alanlara odaklanmalıdır. Özellikle örgün eğitimin her aşamasında bireyleri konuya ilişkin bilinçlendirmek ve eğitmek girişimciliğe dair vizyon oluşturma aşamasında faydalı olacaktır. Bu kapsamda özellikle mesleki eğitim veren liselerde derslerin bu amaca yönelik niteliklerinin artırılması ve girişimcilik eğitimlerinin verilmesi önerilebilir. İkinci olarak girişimciliğe verilen finansal desteklerin daha iyi tanıtımının yapılması ve girişimcilere yol göstermek amaçlı bölge ölçeğinde ilgili kurumların oluşturduğu bir alt komisyon oluşturulması ve bu komisyonun gerekirse bir bilgi ve yönlendirme merkezi olarak faaliyet göstermesi sağlanabilir.

8

ULUSAL GİRİŞİMCİLİK KONFERANSI KONUŞMA METİNLERİ

AÇILIŞ KONUŞMALARI

Mevlut ÖZEN

OKA Genel Sekreteri



Sayın Valim, Sayın Rektörlerim, Kıymetli Akademisyenler, Değerli Yönetim Kurulu Üyeleri, Oda Başkanlarımız, Kıymetli Katılımcılar, Sevgili Öğrenciler,

Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (OKA)'nın düzenlediği böyle bir konferansta sizleri öncelikle şahsım ve Ajansım adına saygıyla selamlarım. Ulusal Girişimcilik Toplantısı'na hoş geldiniz.

Bölgesel kalkınmaya yönelik planlama ve uygulama faaliyetlerine merkezin yanında yerel yönetimlerin de katılımını sağlamak ve ulusal kalkınma planlarını bölgesel düzeyde yürütmek amacıyla tüm ülke düzeyinde kurulan 26 Kalkınma Ajansı'ndan biri olan OKA, yerel dinamikleri harekete geçirerek, daha sağlıklı, hızlı ve sürekli bir kalkınmayı sürdürülebilir kılmak üzere çalışmalar yürütmektedir ve bölge illerinin kalkınmasını hedeflemektedir.

Bu kapsamda, bugün Ajansımızın görevleri arasında yer alan kamu, özel sektör, STK ve üniversitelerimizi bir araya getirerek bu konferansta bir sinerji oluşturmayı hedefliyoruz. Eğer bu hedefimize bir nebze yaklaşabilirsek kendimizi çok mutlu hissedeceğiz.

Girişimciliğin ekonomik kalkınmayı nasıl etkilediği sorusunun cevabını aslında basitçe formüle edebiliriz. Girişimciler, yeni işletmeler kurarak, istihdam alanı oluştururlar. Rekabetin seviyesini yükseltirler, teknolojik değişimde üretkenliği artırır ve bu da Ajansın görevleriyle örtüşen bir fonksiyondur. Bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimini hızlandırmak ve rekabet gücünü artırmak gibi hedeflerimizle doğrudan münasebeti olan kavramlardır. Bu nedenle bu girişimcilik konferansını düzenlemek ve bir sinerji oluşturmak istedik. Bir işletmeyi faaliyete geçirmekten ziyade bir yenilik geliştirmek, bir değişim başlatmak olarak ifade edilen girişimciliğin kalkınmada çok önemli bir faktör olduğunu düşünüyoruz. Tekrar etmek gerekirse bir işletmeyi faaliyete geçirmekten ziyade bir yenilik geliştirmek, bir değişim başlatmak olarak ifade edilebilecek girişimciliğin kalkınmada çok önemli bir faktör olduğunu düşünüyoruz. Girişimci, yenilikçiliğin ortaya çıkması, uygulanması ve yayılmasında, yeni sektörlerin oluşmasında anahtar kişidir. Gerek tüketici taleplerinin, gerekse teknolojinin hızla değiştiği ve geliştiği günümüzde kalkınmada öncü olmayı hedefleyen, yenilikçilik konusunda da öncü olması gereklidir.

Samsun'daki açılan-kapanan firma sayısı ile Türkiye genelindeki açılan-kapanan firma sayılarını karşılaştırdığımızda bölgedeki girişimcilik açısından bir fikir edinebileceğimizi düşünüyorum. 2010-2011 yılının Ocak-Ağustos dönemi karşılaştırıldığında Samsun'da 2010 yılında 615 olan açılan firma sayısı, bu sene aynı

dönemde 547 olarak görülmektedir. Kapanan firma sayısı ise 455'ten 566'ya çıkmıştır. Bu da girişimcilik açısından bu sene Samsun'un 2010 yılının gerisinde bir performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Türkiye'de ise açılan firmalar aynı dönemde 80.000'den 58.000'e düşerken kapanan firmalar ise Samsun'un aksine artmayıp azalmıştır: 70.000'den 42.000'e. Samsun'daki girişimci sayısının artırılması gerektiğini bu rakamlardan çıkarabiliriz.

TÜİK'in sağladığı işteki durum ve ekonomik faaliyetlere göre istihdam istatistiklerine bakıldığında TR83 Bölgesi olarak adlandırılan Amasya, Çorum, Samsun ve Tokat illerinde; 2010 yılında 934.000 çalışanın 286.000'inin kendi adına çalıştığını ve işveren olduğu görülmektedir. Yaklaşık %30'luk bu oran, bölgemiz için girişimcilik ruhunun aslında yüksek olduğunu göstermektedir. Çünkü Türkiye genelindeki istatistiklerde bu oran %25 civarındadır.

Ben sözlerimi çok fazla uzatmak istemiyorum çünkü benden sonra bu konunun uzmanları girişimcilik konusunu çok daha detaylı anlatacaklar. Bu vesileyle bugünkü konferansımızda ulusal ve yerel birçok önemli kurumdan çok değerli konuşmacılar ve akademisyenler burada yer alıyorlar. "Ulusal perspektifte girişimcilik" ve "girişimcilikte inovasyon"un önemi konuşulacak, Türkiye'deki girişimcilik ile ilgili verilen desteklerden bir kısmı aktarılacaktır. Daha sonrasında ise ülkede ve bölgede girişimcilik ile ilgili başarılı örnekler yer alacaktır. Özellikle programın sonunda yerelde yaşadığımız tecrübeleri paylaşacağımızdan dolayı programın son kısmını da son derece önemsiyoruz. Genellikle konferansların başlarında yüksek düzeyde katılım olur, ancak daha sonra bu sayı düşer. Benim özellikle gençlere ve öğrencilere tavsiyem, son kısımda bizzat yerel yönetimlerde yaşadığımız tecrübeleri bizimle paylaşmalarını, deneyimlerine deneyim katmalarını tavsiye ediyorum. Konferans, umarım başarılı bir şekilde ve hedeflenen istikamette gerçekleşir,

Hepinizi saygıyla selamlıyorum, hürmet ediyorum efendim.

Prof. Dr. Hüseyin AKAN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Rektörü ve OKA Kalkınma Kurulu Başkanı



Sayın Valim, Sayın rektörlerim, Saygıdeğer konuklar, Sevgili katılımcılar,

Ulusal girişimcilik konferansına bir rektör olarak ev sahipliği yapmaktan gerçekten onur duyuyorum. Hepinizi saygı ve sevgiyle selamlıyorum. İnsanoğlunu diğer canlılardan ayıran birçok vasıf sayılır, ama bunların en önemlisi girişimcilik, bir şeye teşebbüs etme iradesini göstermektir. Örneğin ilk insanlar avcılık ve toplayıcılıkla geçinirken, birisi tarla sürüp ürün yetiştirmeye başlıyor; birisi bir ev yapıyor, o konuda bir ehliyet kazandıktan sonra da diğer komşularına ya da birlikte yaşadıklarına aynı becerisini aktarıyor.

Yıllardır Türkiye’de, belki de çağın gereğiymiş, genellikle şöyle bir kanaat taşırdık. Okuyalım, bir üniversiteyi bitirelim, sonra bir devlet kuruluşuna kapağı atalım, sonrası zaten Allah kerim. Orada git-gel, bir masa başında otur, 25-30 yıl sonra da emekli ol. Geçmiş yıllarda aile çevremde de 38-40 yaşında emekli olup, bu devletten 50 yıl emekli maaşı alanlar var. Şimdi yine çağın gereği o iş konjonktürel olarak ortadan kalktı. Artık bir üniversite bitirenin kolayca bir kamu kuruluşunda yer bulma imkânı yoktur. Dolayısıyla ya özel teşebbüste bir pozisyon arayacağız ya da kendimiz bir teşebbüste bulunacağız. Girişimciliği sadece biraz önce Genel Sekreterimizin dediği gibi yalnızca bir istihdam yaratan iş olarak algılamamız gerekir. Girişimcilik aslında bir karakterdir, bir ruhtur. Yani bir kamu kuruluşunda, örneğin bir üniversitede bir öğretim üyesi, hocalarından gördüğünü alıp, olanla yetinerek kendi akademik hayatını sonlandırabilir veya hiçbir zaman olanla yetinmeyip devamlı bir yenilik getirir. Kendi bölümünde yeni bilgiler geliştirebilir, yeni projeler oluşturabilir, aynı şekilde yaşamaktan rahatsızlık duyar. Ülkemizde mevcut olan, ama daha fazlasını aradığımız karakter bu. Yani, olanla yetinmeyen, işinde kendini bir yenilikle gösteren karakterler lazım. Dolayısıyla girişimcilik yalnızca bir özel teşebbüs değil, kamu kurumlarının da ihtiyaç duyduğu bir özelliktir.

Girişimcilik ciddi riskleri göze almayı gerektirir. Hem kendi birikiminizi riske atacaksınız, hem de sekiz saat çalışmak varken 24 saat çalışacaksınız. Gece, ertesi gün yapacaklarınızı düşünerek uyku tutmayacak. Bu gerçekten cesaret ister, daha farklı bir kişilik gerektirir. Girişimci dediğimiz kişi olanla yetinmeyendir, hayali genişdir. O toplumun ihtiyaçlarını, fırsatlarını sezebilen, ileriye görebilendir. Çok profesyonel girişimciler, toplumun ihtiyacı olmasa da toplumda “ihtiyacım var” hissi uyandırabilendir. Bu, günümüz kapitalizminin uç noktaları olmaktadır. Cep telefonuna koyulan yeni bir uygulama sayesinde eskisini bırakıp yenisini alabiliyoruz. Bizde bir ihtiyaç hissi uyandırıp daha sonra ürünü pazarlıyorlar.

Benim uğraştığım alan girişimsel radyoloji. Biz de kendi alanımızda girişimciyiz. Olana bir müdahale ediyorsanız, yenilik yapıp topluma sunabiliyorsanız, ileriye görüp bu toplumun neye ihtiyacı olduğunu sezebiliyorsanız, siz bir girişimcisiniz. Toplumumuzda eksik olan şudur: Özellikle girişimcilik alanında modellerimiz fazla yok, varsa bile bu modeller bize anlatılmıyor ve gösterilmiyor. Televizyonların bu tür başarı örneklerini sık sık izleyicilerle buluşturmaları gerekir.

TÜBİTAK, KOSGEB ve tabii ki Kalkınma Ajansları olsun, ana fikir şudur: Kişileri girişimciliğe yöneltmek, yani müteşebbis bir karakter kazandırmak ve bu müteşebbisleri desteklemek: Hibe, kredi ve bilgi birikimi olarak. Amaç hep girişimciye yöneliktir, bu konuda Türkiye'nin çok ciddi destek imkanları da vardır, şimdi bize gereken, özellikle genç nesilden beklenen; girişimciliğe hazır ve alışkan olmaları, hayal dünyalarını geniş tutmaları ve elbette cesur olmaları. Bir San-Tez projesi, üniversiteyi yeni bitirmiş ya da bitirmek zorunda olan bir öğrenciye aklındaki fikri veya projesi için 100.000 TL'ye kadar hibe desteği sağlar. Bu destek, projeyi gerçekleştirmesini ve gerekirse üretime geçmesini –ki üretim aşamasında da birçok destek vardır- sağlar. Geçtiğimiz günlerde vefat eden Apple'ın kurucusu Steve Jobs'un öyküsü anlatılır: Her şey bir evin garajında başladı diye... 100 San-Tez Proje desteklendi, bunlardan 99'unda bir şey çıkmadı ama birisi ciddi bir şirket olduysa, bu büyük bir başarıdır. Dolayısıyla bizim şöyle bakmamız gerekiyor: Ne kadar çok girişimde bulunursak başarı sayımız da o kadar artacaktır.

Özellikle öğrencilerimizin burada bulunmasının kendileri için çok yararlı olacağını düşünüyorum, bu konferansın üniversitemizde gerçekleşmesinde vesile olan Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'na teşekkür ediyorum. Bu arada Kalkınma Kurulu Başkanı olarak da Kalkınma Kurulu'nun çok güzel teşekkür ettiğini, Samsun'un tüm kamu ve sivil toplum kuruluşlarının temsil edildiğini, TR83 illerinin güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edildiğini, fırsat ve tehditlerinin görülerek raporlar üretildiği ve bunların Kalkınma ve Yönetim Kurulu'na sunulduğunu belirtmek isterim. Kalkınma Kurulu, girişimcilik konusunda, bölgenin hem bugünkü potansiyelinin görülebilmesi, hem de geleceğinin değerlendirilebilmesi açısından bir komisyon kurulmasına karar vermişti. Bu komisyon, "Girişimcilik Komisyonu" adı altında çalışmalarını devam ettiriyor. Bu konuda bir rapor hazırlanıyor, bu konferansta o komisyonun çalışmaları arasında yer alan bir etkinliktir.

Verimli olacağına inandığım bu konferansa geldiğiniz için hepinize teşekkür ediyorum, saygı ve selamlarımı sunuyorum.

Hüseyin AKSOY

Samsun Valisi



Sayın Rektörlerim, Sayın İl Genel Meclis Başkanım, Kalkınma Ajansımızın Genel Sekreteri, Çok Değerli Katılımcılar,

Türkiye'nin önemli konularından birisi olan girişimcilik alanında Samsun'da Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın koordinasyonunda gerçekleşen Ulusal Girişimcilik Konferansı'na ev sahipliği yapmaktan büyük bir memnuniyet duyduğumu ifade ediyor, hepinize hoş geldiniz diyorum.

Benden önceki konuşmacılar da ifade etti, girişimcilik konusu Türkiye'nin önemli konularının başında geliyor. Girişimcilikle devlet politikaları birbirini yakından etkileyen unsurlar olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye'ye baktığımızda Cumhuriyetimizin kuruluşundan 1950'lere kadar girişimciliğin zayıf olduğu, devletçi anlayışın, kamu yatırımlarının ön planda olduğu bir durumdan; 1950-1980 arası özel teşebbüslere fırsatların verildiği ve belirli yatırımların gerçekleştiği bir döneme geçiliyor. 1980 sonrasında ise serbest ekonomiye ve uluslararası alanda rekabet edebilir piyasa şartlarına göre yeni girişimciler oluşmasına imkan tanıyan ekonomi politikaları da ülkemizde girişimciliğin gelişmesinde önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik konusunda özellikle son süreçte genç ve kadın girişimciler gibi farklı özel tanımlamaları da beraberinde yapıyoruz. Çok küçük kaynaklarla çalışma hayatına başlayan mikro kredi uygulamasıyla küçük işlere başlayan bazı ev kadınlarımızın almış oldukları bazı eğitimlerle birlikte girişimciliğe doğru adım attıklarını biliyoruz. Çok küçükler ama belirli bir eğitimden yoksun, ekonomik anlamda oldukça yetersiz olmalarına rağmen, o cesareti kendilerinde bulup kendi işlerini kuran kadınlarımızı da görev yaptığımız yerlerde görüyoruz. Özellikle genç girişimcilerin teşvik edilmesi ve onların daha iyi bir noktada girişimlerinin gerçekleştirilmesi için de özel birçok proje ve çalışma gerçekleştiriliyor.

Girişimciliğin belirli bir mal ve hizmetlerin üretimini bir araya getirmek için çeşitli enstrümanların oluşmasıyla yapılan faaliyetler olarak tanımlanmasının yanında özellikle girişimciyi risk alabilen, atılım içerisinde olan ve bu çalışmalarında özellikle yenilikçi birtakım stratejileri ortaya koyabilen kişi ve kurumlar olarak tanımlamak gerekir. Son dönemlerde Türkiye'de de artık çok sık kullanmaya başladığımız inovasyon kavramını bu kapsamda girişimcilik anlamında da kullanmamız gerektiğini düşünüyoruz. Özellikle kurumsal bazda, üretim bazında, bölgesel bazda, birçok inovasyon projeleri ve çalışmaları gerçekleştiriliyor. Artık uluslararası alanda rekabet edebilmek, yeni birtakım icatların ortaya konması, farklı yol ve yöntemlerin bulunmasıyla daha iyi bir noktaya taşınabilecek, herkesin işi aynı şekilde yaptığı noktalarda diğer rakiplere göre öne çıkmanız, pek mümkün olmuyor. Bunun için farklı birtakım yöntemler geliştirmek durumundayız ve bunun içinde farklı çalışmaları da hayata geçirmeliyiz.

"Bir fikrim var" diyen başta gençlerimiz olmak üzere herkesin bu fikrini hayata geçirmek için mücadele etmesi ve risk almasında yarar vardır. Biraz önce de ifade edildi, gerek Kalkınma Ajansı Genel Sekreterimiz, gerekse sevgili Rektörümüz tarafından artık belirli girişimcilere devletin, ilgili kurumların belirli katkıları da vardır. Eğer

onları da yanımıza ve arkamıza alırsak öyle zannediyorum ki önümüzdeki dönemde bu tür girişimcilerimizin sayısının artarak devam edeceğini değerlendiriyorum. Samsun, Türkiye'nin nüfus itibarıyla baktığımızda 1.252.000 nüfusuyla 15. Büyük ilidir. Karadeniz'in büyükşehir statüsündeki tek ili ve dört ulaşım aksına sahip Türkiye'deki nadir kentlerden birisi... Samsun da önümüzdeki dönemde kendisine yol haritasını belirlemiş olan bir kent. Bazı sektörleri öncelikli sektör olarak belirleyerek bu konuda yapmakta olduğu çalışmalar var. Bunlardan biri lojistik... Lojistik Master Planımızı Kalkınma Ajansımızdan da aldığımız destekle gerçekleştirdik. Samsun'da bir lojistik köy kurulmasıyla ilgili çalışmalarımızı ilgili kurum ve kuruluşlarımızın işbirliğiyle sürdürüyoruz. Samsun bir tarım kenti ve tarımda daha başarılı olabilmek adına şu anda Tarım Master Planımız tamamlanmak üzere. Yine Samsun, önemli bir turizm potansiyeli olduğuna inandığımız bir kent. Turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi adına Turizm Master Planımızı da hazırlıyoruz, o da tamamlanmak üzere. Samsun, "Sağlık kenti Samsun" sloganıyla yola çıkan bir kent. Kamuda ve özel sektörde önemli sağlık yatırımlarının gerçekleştirildiği bir kent. Ayrıca medikal el aletleri üretiminde de önemli bir kümelenme merkezi olan bir kent. Samsun'a artık son dönemde bir "spor kenti" demeye başladık. Önemli spor yatırımlarının ilimizde gerçekleşmeye başladığını ifade edebiliyoruz. Bu ve belirli sektörleri kendisine hedef olarak koyan bir kent. Bütün kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde çalışmalarını sürdürüyor. Gelişme potansiyeli olan Samsun'da girişimcilik konferansının da yapılıyor olması, Samsun'daki bu potansiyeli harekete geçirecek olan girişimciler anlamında da oldukça önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum.

Bu girişimcilik konferansının Samsun'da yapılmasından duyduğum memnuniyeti tekrar ifade ediyorum. Samsun'umuza, ülkemize hayırlı olmasını diliyorum, emeği geçen bütün arkadaşlarımıza da teşekkür ediyor, hepimizi sevgi ve saygıyla selamlıyorum.

ULUSAL PERSPEKTİFTE GİRİŞİMCİLİK

Prof. Dr. Serdar SAYAN

TEPAV Girişimcilik Enstitüsü Direktörü



Çok teşekkür ediyorum. Şöyle bir baktığımda iki şey dikkatimi çekiyor. Burası büyük bir salon ve aşağı yukarı bütün sıralar dolu. Daha çok hoşuma giden şey ise, çok renkli bir salon olması. Ben bu tür konferanslara sık sık davet alıyorum, sık sık konuşmacı olarak katılıyorum. Lütfen ön sırada oturanlar alınmasınlar, genellikle böyle koyu renk takımlı, kravatlı insanlar katılıyor, halbuki ben daha arkalarda oturan gençlerin katılımının daha önemli olduğunu düşünüyorum.

Benden önceki konuşmacılar da dile getirdi, girişimcilik mutlaka yatırım yapmayı iş kurmayı gerektirmiyor. Girişimcilik her türlü yeni fikri, kaynakları daha etkin kullanabilecek şekilde ortaya atmak ve uygulamaya koymak demek. Biraz sonra konuşmamın çerçevesini daha ayrıntılı çizmeye çalışacağım ama bu renkli grubu gördükten sonra şu örneği paylaşmadan edemeyeceğim. Bundan birkaç yıl önce "halisahakalecisi.com" diye bir girişim yapıldı. Sizlerin yaşlarında bir delikanlı, çeşitli kişilerin takımlarını oluşturup halı saha maçlarına gittiğini ve bu halı saha maçlarında kimsenin kaleci olmak istemediğini gözlemliyor. Bu çocuk bunu fark ediyor ve "İstanbul'un her yerindeki halı saha maçlarınızda kaleci olarak oynanır" sloganıyla bir internet sitesi kuruyor. Sitede verilen cep telefonu numarasından kendisiyle irtibata geçip "şu saatte şu sahada maçımız var gelip kaleci oynar mısın" diyorsunuz ve anlaştıktan sonra sitede yer alan hesap numarasına parayı yatırılıyorsunuz. Bu çok küçük yatırım gerektiren bir girişim. Bu girişim çocuğun üniversite öğrenciliğini finanse etmekle kalmadı. Siteye son girişimde, yanılmıyorsam Samsun da dahil 6-7 ilde şubelerini oluşturmuş ve istihdam yaratmıştı. Dolayısıyla bazen çok basit fikirlerden siz kendi yaşamınızı kazanmakla kalmayıp, başkalarının yaşamını da kazanmalarına da katkıda bulunabilirsiniz.

Peki ama bu tür fikirler kimlere geliyor? Niye bazı ülkelerde bazı kentlerde bazı bölgelerde girişimcilik daha yaygın diye bir algıya sahibiz? Bence girişimcilik desteklerini sistematik bir şekilde inceleyebilmek için öncelikle bu soruya cevap vermemiz gerekiyor. Örn; Kayseri'de girişimci yetiştirmeye daha elverişli bir toprak var gibi gözüküyor. Niye Kayseri'de böyle de diğer illerde girişimcilik eğilimi bu kadar güçlü değil. Niye bazı ülkelerde girişimci yetiştiren ortam daha mümbit ? Neden Amerika'da parlak fikirleri ticari ürünlere dönüştürmek mümkün de neden mesela Ürdün'de, Türkiye'de, Asya'da ya da Latin Amerika'da bu kadar kolay değil. Bu sorunun kolay bir cevabı yok. Ben kurumsal faktörleri bu sonucu yaratan nedenler olarak görüyorum. Kurumsal faktörleri her türlü tarihsel, kültürel, geleneksel, yasal, mevzuatsal, finansal vb. bütün faktörleri kapsayan bir amalgam olarak düşünebiliriz. Bir örnekle açıklamak gerekirse, Massachusetts Institute of Technology'de öğretim görevlisi olan ünlü Türk İktisatçısı Daron Acemoğlu'nun bir örneği ile açıklamaya çalışayım. Güney Kore ile Kuzey Kore arasında kişi başına gelir ve ulaştıkları refah seviyesi bakımından büyük bir uçurum var. Benzer bir tarihten gelen, benzer bir kültürden gelen, aynı dili konuşan tek bir halk belli bir tarihsel noktada bir dışsal

şok sonucunda iki ayrı ülke halinde örgütleniyor, iki ayrı rejim ortaya çıkıyor ve kurumsal faktörlerin evrimi keskin bir şekilde sekteye uğruyor. Ondan sonra yollar ayrılıyor ve bambaşka kurumsal yapılar ortaya çıkıyor. Birinde girişimcilik ve özel sektör geleneği ivme kazanarak sürerken diğeri bambaşka bir rejim seçiyor. Bir süre sonra aralarında çok büyük bir uçurum oluşuyor. G. Kore ve K.Kore arasındaki farkların amalgamı işte bu kurumsal faktörler. Eğer bu kurumsal faktörleri doğru saptayabilirsek o zaman niye bazı ülkelerde ve kentlerde daha girişimci dostu bir ortam olduğunu anlayabiliriz ve daha az mümbit ortamı sağlayan yerlerdeki koşulları bu işlerin daha iyi olduğu yerlere benzeterek girişimcilik potansiyelini harekete geçirebiliriz. Bu faktörlerin hepsini kontrol etmemiz mümkün değil. Örneğin başka bir ili tamamıyla Kayseri'ye benzetmek tarihsel ve kültürel nedenlerle mümkün olmayabilir. Fakat bazı farkları kapatmak bilinçli politikalar ve bilinçli tasarlanmış destekler yardımıyla mümkün olabilir.

Bazı ülkelerdeki iyi uygulamaları alıp onların benzerlerini uygulamak mümkün olabilir dolayısıyla desteklerin böyle bir çerçevede tasarlanmasını ve kullanılması gerektiğini iddia edeceğim biraz sonraki konuşmamda. Biraz önceki konuşmacılar da bahsetti, girişimcilikten esas anlamamız gereken yeni fikirlerin bulunması, yayılması ve uygulanmasıdır. Böylece kaynakların daha düşük üretkenlik alanlarından daha yüksek üretkenlik alanlarına aktarımı mümkün oluyor. Aranızda iktisat okuyan varsa bunu daha iyi anlayacaktır; ülkenin, kentin, bölgenin nereden bahsediyorsak üretim olanakları eğrisi dışı doğru kayıyor, aynı kaynaklarla daha fazla üretim yapabiliyor hale geliyor. Yeni endüstriler doğuyor, yeni ürünler üretiliyor, ekonomik büyümeye katkı, istihdama katkı sağlanıyor. Dolayısıyla girişimciliği neden desteklememiz gerektiği sorusunu çok fazla tartışmamıza gerek yok. Girişimcilik desteklenmeye değer bir faaliyettir.

Şimdi biraz önce bahsettiğim çerçevede niye bazı ülkelerde bu iş daha iyi gidiyor, niye bazı ülkelerde o kadar iyi gitmiyor sorusunu cevaplamaya çalışalım. Bunun için belki bazı şeyleri karşılaştırsak niye iyi gidenlerde bu kadar iyi gittiğini niye iyi gitmeyenlerde o kadar iyi gitmediğini anlamamız mümkün olabilir. Eğer bunu anlayabilirsek de daha iyi gidenleri örnek alarak daha kötü gidenleri iyileştirmek, diğerlerine yaklaştırmak mümkün olabilir. ABD, İngiltere, İrlanda, İsrail, Japonya, Güney Kore girişimcilik konusunda başarılı örnekler. Meksika da birçok alanda bizim dışımıza göre bulduğumuz için karşılaştırdığımız, kendimizi biraz daha iyi hissetmek için kullandığımız bir örnek. Bu yüzden Meksika'yı da dahil ettim bu karşılaştırmaya. Peki ama hangi konularda karşılaştırma yapacağız? Binlerce karakteristik var, hangilerine odaklanacağız? Kurumsal yapıda girişimciliği etkileme potansiyeli daha yüksek alanlara odaklanmakta fayda var.

Bunlar genel ülke yapısı ve girişimci altyapısıdır. Genel ülke yapısı ekonomik altyapı, teknolojik altyapı ve yasal mevzuat altyapısından oluşuyor. Genel ülke yapısı girişimci altyapısını belirlemektedir. Genel ülke yapısını girişimci altyapısının üzerinde biçimlendiği zemin olarak düşünebiliriz. Girişimci altyapısının birinci unsuru insan kaynaklarıdır. İnsan kaynaklarının kalitesi ve yaratıcılık özellikleri çok önemli. Yaratıcılığı teşvik eden eğitim sistemleri olan ülkelerde Steve Jobs'ların, Bill Gates'lerin çıkması daha kolay hale geliyor. İkincisi ise finansal unsurlar. Biraz önce bahsettiğim "halisahakalecesi.com" örneğinde belki çok büyük bir yatırım gerekmiyordu ama birçok fikri hayata geçirmek için finansal desteğe ihtiyaç var. Dolayısıyla finansal sistemin girişimcileri desteklemeye yönelik finansal enstrümanlara sahip olup olmadığı, yasal düzenlemeler, ne kadar girişimci dostu bir ortam olduğu önemli. Sosyal, kültürel, politik altyapı ve son olarak girişimci teşvik ve destek

mekanizmaları, ki bunlar istediğimiz sonuçları almamıza en elverişli enstrümanlar, bu açıdan çok önemli. Bu faktörlerin sonucu olarak belli sayıda yeni kurulan şirketle karşılaşyoruz. Değişik ülkelerde ekonominin büyüklüğüne ve bütün bunların da bir fonksiyonu olarak yeni kurulan şirket sayısı arttıkça da ekonomik büyüme ivmeleniyor. Bu bütün ülkeler için doğru. Yeni kurulan şirket sayısı ile istatistiksel bir analiz yaparsanız ekonomik büyüme oranı arasında bir nedensellik ilişkisi olduğunu görürsünüz. Büyüme, enflasyon ve sektörel yapıdan bahsedeceğim. Kriz dönemlerinde yani 2000'li yıllarda Türkiye ekonomisinin büyüme performansını kıyasladığımız ülkelerin hepsinden daha iyi ama şunu unutmamak lazım; Türkiye ekonomisinin hala bu karşılaştırmaya konu olan ülkelerin ekonomik büyüklüklerine erişmesi için önünde uzun bir mesafe var. Şöyle bir ampirik düzenlilik var: daha büyük ekonomiler daha yavaş büyüyor, daha küçük ülkeler daha hızlı büyüyor. Yani Türkiye ekonomisinin büyüme performansının 2000'li yıllarda hızlı olmasına sevinelim ama bunun doğal olduğunu unutmayalım. Enflasyona baktığımızda 2000'lerin başında %50'leri geçen bir enflasyon şu an %10'lara indi. Makroekonomik istikrar konusunda 1990'ları kaybettikten sonra 2000'lerde önemli mesafe kat ettik. Ama diğer ülkelere baktığımızda bazılarında deflasyonist seyirler var. Örneğin Japonya'da durum böyle. Ama çok daha dar bir aralıkta seyrediyor. Meksika'yı saymazsanız en yüksek enflasyon oranları %5 gibi. GSYİH'nin 3 ana ekonomik sektöre dağılımına baktığımızda Meksika hariç diğerlerinden en önemli fark Türkiye'de tarımın hala %10'a yakın bir payı olması ve daha da kötüsü bu %10 payı %30'luk bir istihdam payı ile üretebiliyor olması. İkincisi, hizmetler sektörünün payının diğer ülkelerin gerisinde olduğunu görüyoruz.

Girişimcilik altyapısına baktığımızda iş yapma kolaylığı başlığı altında bir takım standart göstergeler var; iş kurma süresi ve prosedürleri, iş kurma maliyeti, iş kapatma, kredi kullanımı, vergiler, izin, ruhsat vb. konular. İş yapma kolaylığı endeksi, endeks değeri ne kadar yüksekse performansınızın o kadar düşük olduğu anlamına gelen bir endeks. Türkiye'nin 2009'da endeks değeri 60 iken 2010'da biraz daha kötüleşmiş. Meksika'nın bile 40 civarında. Bu endeks iş yapma kolaylığı konusunda alınması gereken mesafe olduğunu söylüyor. Şu durum enteresan, iş kurmak için gereken prosedürlerin maliyetinin kişi başına ulusal gelire oranına baktığımızda Türkiye yine uzak ara üstte yer alıyor. Türkiye'de iş kurma maliyetinin zaman içinde düşmesine rağmen kişi başı gelir ile karşılaştırıldığında buradaki ülkelere göre yüksek olduğu görülüyor. Bu konuda sadece 2008-2009 döneminde Güney Kore'den iyi durumdayız. Özel sektöre verilen yurtiçi krediler, ortamın ne kadar girişimci olduğunu gösteren göstergelerden biri. Türkiye bu konuda Meksika ile beraber en aşağıda yer alıyor. 182 ülkedeki sıralamalara baktığımızda iş yapma kolaylığı endeksi açısından Türkiye 65. Singapur birinci, Hong Kong ikinci, Yeni Zelanda üçüncü, sırada. Biraz önce göstergeler bakımından karşılaştırdığımız ülkelere baktığımızda İngiltere dördüncü, ABD beşinci, İrlanda dokuzuncu, G.Kore onaltıncı, Meksika otuzbeşinci sırada.

Teknoloji ve yeniliğe açıklık, yeni ürünlerin geliştirilme potansiyeli girişimcilik performansı bakımından bence çok önemli bir gösterge. Baktığımızda Japonya'da 2009'da 300.000'e yakın patent başvurusu yapılmış. ABD'de 225.000, Güney Kore'de 127.000 patent başvurusu yapılmış. Türkiye'de ise sadece 2500 patent başvurusu var. İsrail'in paten başvuru sayısı 1.387 olmakla beraber nüfusa oranladığımızda Türkiye'nin performansı gerçekten çok kötü bir performans.

IMF'nin Başkan yardımcılığını yapan Anne Krueger'in 1980'lerde yazılmış bir makalesinde, 1950'lerden, 1980'lere kadar Güney Kore ve Türkiye'nin ekonomisi karşılaştırılıyor. 1950'lerde bu iki ülkenin göstergelerine

bakarak bu ülkelerden biri 50 yıl sonra dünya ekonomisinin önemli ülkelerinden biri olacak, sizce hangisi deseniz, herkes Türkiye cevabını verirdi. Türkiye kişi başı milli geliri 1950'lerde Güney Kore'nin 3 katı, bunun dışında bütün göstergelerde de potansiyel var dediğimiz ülke Türkiye ama şu anda çok ciddi bir şekilde Güney Kore'nin gerisindeyiz. Patent başvuru sayısı bunun bir göstergesi.

İnternet abonesi sayısına baktığımızda Türkiye'nin son 10 yıl içerisinde yaptığı sıçramalar etkileyici ama mutlak olarak baktığımızda karşılaştırılan ülkelerin gerisinde kalıyor. Cep telefonu abonesi sayısında Türkiye'nin daha iyi performans göstereceğini düşünmüştüm. Ne yazık ki orada da çok iyi değiliz. Çalışma yaşındaki her 1000 kişilik nüfus başına 1 yıl içinde kurulan limited şirket sayısına baktığımızda, karşılaştırılan ülkeler arasında en gerideyiz. Açılan toplam şirket sayısına baktığımızda yine benzer bir performans görüyoruz. Açılan ve kapanan şirket sayısına baktığımızda, kapanan şirket sayısı oldukça istikrarlı ve oldukça düşük bir eğim gösteriyor. Açılan şirket sayısında daha fazla dalgalanma var.

Girişimcilik destekleri bakımından hangi kurumların ne tür destekler verdiğini kişisel olarak çok fazla önemsemiyorum. Önemli olan bu farkları iyi tahlil edip, hangi alanlarda zayıfız hangi alanlarda bu destekleri yoğunlaştırmamız lazım ki girişimcilik performansımız diğer ülkelerin performansına yakınsasın diye sormanın ve destekleri buna göre tasarlanmanın ve uygulamanın daha doğru olacağını düşünüyorum. İlgili ve sabrınız için çok teşekkür ederim.

Orhan TURAN

TÜRKONFED Yönetim Kurulu Üyesi



Aslında ben bir girişimciyim. Girişimciliğin teorisine fazla girmek istemiyorum ama bazı noktaları çok kısa anlattıktan sonra benim yaşadığım olayları ve yol haritasını sizlerle paylaşmak istiyorum. Sunumum üzerinden geçerken girişimci kimdir ne yapar diye düşündüğümde aslında girişimcide öyle özellikler olması gerekiyor ki "süpermen" olması gerekiyor diye düşündüm. Hızlı düşünen, kararlı, güçlü, iyi gözlemci, lider, çalışanlarını motive edecek, bunun gibi bir dizi özellikleri bünyesinde bulundurması gerekiyor.

Nasıl girişimci olunur. Aslında hocamın verdiği ve benim vereceğim değerlere baktığımız zaman Türkiye'de girişimciliğin diğer ülkelerle istatistiki olarak mukayese ettiğimiz zaman hiç de iyi olmadığını görüyoruz. Ama buna rağmen de hakikaten Dünya çapında markalar yaratmak için girişimcilerimizin uluslararası platformda mücadele ettiğini görüyoruz. Aslında hocamın dediğini teyit edeceğim ama her 100 kişiden şirket kuran sayısına baktığımız zaman Meksika'da 18.7 iken Türkiye'de 4.7 olduğunu görüyoruz. Burada kadın girişimciliğini de vurgulamak lazım. Türkiye'de erkek girişimci sayısı kadın girişimci sayısınının 29 katıdır. Kadın girişimcileri de özellikle desteklememiz gerekiyor diye düşünüyorum.

Geçen hafta katıldığım bir toplantıda notlar almıştım. Melek yatırımcılarla Türkiye'deki girişimciler bir araya getirilmeye çalışılıyor. Türkiye'de girişimciliğin önündeki engellere baktığımızda, melek yatırımcıya, yeni fikirler geliştiren girişimcilere, fikirlerin finansmanına, inovasyon ve katma değer yaratımına ihtiyacımız olduğunu görüyoruz. Aslında Türkiye'nin şöyle artıları da var. Genç bir nüfusa sahip, yaş ortalaması 28,5. Nüfusun %65'i 35 yaş altında. Kriz deneyimimiz var. Dünyada Brezilya ile bizden başka krizi iyi yöneten ülke yok. 1984 yılından bu yana iş hayatındayım, 12 tane kriz gördüm ve ayaktayım. Demek ki krizi iyi yönetiyoruz. Teknoloji uyumumuz çok iyi, adaptasyon yeteneğimiz yüksek. Türkiye'deki KOBİ'lerin sürdürülebilir biçimde büyümelerini sağlayabilmek için girişimcilik, finansa ulaşma, yönetim becerisi ve kurumsal yönetim çok önemli.

Ben kendi öykümü sizlerle paylaşmak istiyorum. Ben makine mühendisiyim. 1981 YTÜ mezunuyum. 1,5 yıllık bir ENKA tecrübem var. Daha sonra askere gittim. Daha sonra yüksek lisans yaptım. Hafta sonları İngilizce kurslarına gidiyordum. Gündüz çalışıyor, akşam yüksek lisansa gidiyor, hafta sonları kursa gidiyordum. Kişiler arası da rekabet var, Siz şimdi mezun olacaksınız, yanınızdaki arkadaşınızla rekabet edip iyi bir işe girmeye çalışacaksınız. Mutlaka kendimizi bireysel olarak geliştirmemiz gerekiyor. Şunu da söyleyeyim, çevreden iş hayatıma yeni başladığım zaman çok olumsuz baskılar aldım. Bırak bu işi, neden yapıyorsun. Ben yalıtım sektöründe faaliyet gösteriyorum ve kimse bilmiyordu yalıtım sektörünü, inşaat sektöründe çalışıyorum diyordum. Ailem dahi bana baskı yaptı. Bırak, bir fabrikaya gir, bir yerde çalış diye. Ben inatla başarabileceğimi, bir fark yaratabileceğimi düşünüyordum, onun da daha sonra inovasyon olduğunu öğrendim.

Türkiye bugün 50 milyar Dolar enerji ithalatı yapıyor ki biz de enerji verimliliği ile ilgili çalışıyoruz. O dönemlerde bir boşluk görmüştüm, o boşluğu mühendislik formasyonumla doldurabilirim diye düşündüm. 1985 yılında 3 arkadaşımızla kurduk firmamızı, 20 metrekare ofisimiz vardı, bugün konferansta oturduğumuz masa kadar da masamız vardı. Kim önce gelirse o otururdu. O noktadan bugüne geldik ve bugün yaklaşık 45.000 metrekare kapalı alanımız ve 120.000 metrekare açık depolama alanımız var. 300 kişi çalıştırıyoruz.

Bu süreci anlatayım size, önce Türkiye’de üretim yapan firmaların bayiliğini yaptık. Baktık burada bir katma değer yaratamıyoruz, bunun ithalatını yapalım, Türkiye’de olmayan teknolojileri getirelim dedik. 1995’e kadar ithalat yaptıktan sonra üretime geçtik. Geçmişte bayiliğini yaptığımız firmaların hepsiyle rekabet yapıyoruz. Yalıtım sektöründe %100 Türk sermayeli tek firma biz olduk. Çalışmalarımızı değişik kurumlar değişik şekillerde ödüllendiriyorlar. 2008 yılında Ernst&Young yılın girişimcisi ödülünü aldım, Türkiye’yi temsil ettim. Bu da bizi tabi motive ediyor.

Bir de krizlerde nasıl tepkiler vermişiz diye baktım. Çok ilginçtir, kriz olduğu zaman büyüyen firmalar arasındayız. Kriz dönemlerinde yatırım yaptık. Bugün de yatırıma devam etmeye çalışıyoruz. Benim sizlere bir girişimci olarak ufak notlarım olabilir; bir kere kendinize inanmanız lazım, ısrarlı ve gerektiğinde de inatçı olmak zorundasınız. Fikrinizin bir sonuç vereceğine inanıyorsanız hiçbir şekilde en yakınlarınızın baskılarına izin vermeyin ve mücadele edin. Mümkün olduğu kadar yeni bir fikir yaratmayı tercih etmeniz lazım. Herkesin yaptığını yapmak bir katma değer yaratmıyor. Farklı bir şey yapmanız lazım. Hangi iş kolu olursa olsun ister inşaat, ister yalıtım, ister tekstil, ne yaparsanız yapın farklı bir şey yapmak durumundasınız, bir katma değer yaratmak zorundasınız. Az önce sayın rektörüm de söyledi, girişimciliğin olumsuzluklarına da hazır olmanız gerekiyor. Belki ailenizi az göreceksiniz. Belki krizlerde iş yerinde 6 ay yatacaksınız, bunlara da şimdiden hazır olmanızı öneriyorum, çok kolay değil. Bazı bedeller ödemeniz gereken zamanlar olacak. Umarım sizlerin de arasından birileri çıkacak ve 15-20 yıl sonra bir üniversiteye gidip kendi hikayesini anlatacak.

Teşekkür ederim.

Erdem ÇENESİZ

TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı



Bugün buraya girişimci yönümüzle ve girişimciliği konuşmak üzere geldik. Öğrenci arkadaşlar için konuşuyorum, hepiniz buradan çıkıp birer Orhan Turan olamayacaksınız. Ama aranızdan bazıları Orhan Turan olacak. Ben sizin yerinizde olsam şunu söylerdim: Neden ben olmayayım? Dolayısıyla burada bir rekabet var. Rekabet okulda başlıyor. Önce iyi öğrenci olmak gerekiyor.

Size kısa bir hikaye anlatmak istiyorum. Adamın biri temizlikçi olarak çalışmak için Microsoft'a başvurmuş. Bakmışlar fiziği yerinde, diksiyonu düzgün; tamam seni işe alırız demişler. İrtibata geçmek için bize e-mail adresinizi verin demişler. Adam benim e-mail adresim yok demiş. Firma yetkilileri de elektronik ortamda iletişim kuramayacağımız bir kişiyi çalıştırma şansımız yok, kusura bakmayın size işe alamıyoruz cevabını vermişler. Sonra adam hamallık yapmaya başlamış. Önce bir el arabası almış, onu büyütmüş kamyonet almış, sonra aradan 20 yıl geçtikten sonra başarılı bir girişimci olmuş, bir sürü tırları olan bir taşımacılık şirketi kurmuş. Bir gün bir basın muhabiri röportaja gelmiş ve adama hayat hikayesini anlattırılmış. Muhabir "Ben röportaj notlarını onay için size göndereceğim, e-mail adresinizi alabilir miyim?" demiş. Benim e-mail adresim yok demiş adam. İnanın şaşırdım demiş muhabir, e-mail adresiniz olmadan bu kadar büyük işler yaptınız, bir de olsaydı ne yapardınız. Adam demiş muhtemelen Microsoft'ta temizlikçi olurum. Herşeyi bir yere odaklamamak lazım, onu anlatmaya çalışıyorum. Ben de girişimciyim. Bizim evde garaj yoktu, o yüzden elektronik bir şeyler yapamadık. Garaj olsaydı telefon filan yapardım.

Ben ilk önce kronik bir vaka ile konuya başlamak istiyorum. Aile şirketlerindeki sorunlar. Aile şirketlerinde genelde problemler oluyor. Bu problemler nedir diye bir bakmak lazım. Ben sunumumu 3 bölüme ayırdım: aile şirketlerindeki sorunlar ve çözüm önerileri, başarılı girişimcilerin ortak özellikleri ve işletmelerde yönetim zaafiyetleri.

Genelde KOBİ'ler işini düzenleyip belli bir büyüklüğe ulaşmaya başladıktan sonra bir problemler zinciri oluşuyor. Aile içi anlaşmazlıklar büyüme döneminde olmuyor, herkes canını dişine çalışırken sorunlar unutuluyor, rahata erip hele de belli bir sermaye oluştuysa ondan sonra ikincil sorunlar su yüzüne çıkıyor. Bu süreci iyi yönetmek gerekiyor. Bunun çözümüne birazdan geleceğiz. Aile şirketlerinde kararlar kurumsal şirketlere göre çok daha hızlı değişebiliyor. Genelde de bu aileyi yöneten birey tarafından oluyor. Aile de bir lider oluyor. Genelde bu kişi aile büyüğü oluyor, zaman zaman istisnai örnekler de çıkabiliyor. Eğer doğru bir liderlik varsa, büyüme döneminde bu çok güzel bir şey. Ancak yapı büyüyüp belli bir hacmi aştıktan sonra bunu artık bir kişinin kendi yapısıyla yönetmek mümkün değil. Bu noktada sorunlar çıkmaya başlıyor. Aile şirketlerinin tamamı boyutlarına bakmaksızın mutlaka ve mutlaka güvенеceği kişilerin desteğini de almak koşuluyla belli kurallar koymak zorunda. Serdar Hocam çok güzel bilgiler verdi. Hepsisi de istatistiki ve doğru bilgiler. Bizim toplumumuzun güzel taraflarını da unutmamamız gerekiyor, bu toprakların da gelişmiş ülkelere

karşı avantajları var. Amerika’da bir danışmana gidip danışmak isteseyiz, “A” dese para yazar. Avukata merhaba deseniz saatini çalıştırır. Burada gidip bir büyüğünüze, akrabamıza veya bir işletmeciye gidip yardım istediğinizde size bildiklerini anlatır. Türkiye’de bedava danışmanlık avantajı var. Bundan yararlanmak lazım.

Aile işletmelerinin sorunlarını 5 maddede gruplandırıp çözebileceklerini düşünüyorum. Buna bir aile anayasası ya da ortaklık anlaşması olarak bakabiliriz. Gözlemlerime göre ilk olarak firmada aktif görev yapan aile fertlerinin görev tanımının net yapılması, yetki ve maaşlarının tespit edilmesi gerekiyor. İki kardeş ortak, tamam ortakların da nesin? Koç Holding’in 30 bin ortağı var. Ortaklık ayrı bir kavram. İki kişi bile olsa herkesin görevinin belirlenmesi lazım. Yönetim şemasının olması gerekiyor. Ayrıca maaşların belli olması gerekiyor. “İki kardeşiz, kasadan alırız” ifadesi hiç doğru bir düşünce değil. Herkesin çalıştığına karşılığının ne olması gerektiği kararlaştırılıp, onunla sınırlandırılması lazım. Bu hem bir nefis terbiyesidir hem de kurumsal bütçe çalışmasının ilk ayağıdır.

İkincisi kar dağıtım politikasının kurallara bağlanması gerekir. Üçüncüsü yatırım kararlarının ne şekilde alınacağı belirlenmeli. Bir tane adam var her şeye o karar veriyor. Bu durum çok küçük işletmelerde bile sorun yaratır. Bunun bir kurala bağlanması lazım. Dördüncü konu ise çok problem yaratan kar dağıtımını yapılmaması veya yapılamaması durumunda şirkete bağımlı ancak şirkette fiilen çalışmayan ortakların (aile fertlerinin) ne şekilde destekleneceğinin belirlenmesi konusudur. Kar dağıtılmayan yıllarda şirkette maaşlı çalışmayanlara kar avansı ödenmesi gibi bir öneri getirilebilir. Son madde ise genç aile fertlerinin işyerinde görev alabilmeleri için gerekli şartların tespiti. Bunlara herkes çözüm bulmak zorunda. Buldukları zaman firmalar daha uzun ömürlü olacaklar.

Dünya çapında ödül almış girişimcilerin ortak noktalarından bahsetmek istiyorum. Ernst&Young’ın 25 ülkede düzenlediği yarışmada her ülkeden 5 finalist seçiliyor. Finale çıkan kişilerin portföyü analiz edilmiş. Bu kişilerin ortak özelliklerini sıralarsak; girişimcilik ruhu, finansal performans, stratejik bakış, yenilikçi anlayış, yaratıcılık, kişisel duruş, sosyal çevreye etki, global/bölgesel ekonomik entegrasyon.

Girişimcilik ruhu nedir? Vizyon sahibi olma, risk alabilme, açık fikirli olmak, kendini geliştirmeye önem vermek bu açıdan önemli. Çıtaı her zaman bir basamak daha yukarıya koymak önemli. Girişimcilik ruhunun önemli bir kısmı da kararlılık. Engeller karşısında güçlü durabilme, hayal kırıklıklarından ders çıkarabilmek, yılmamak ve tekrar deneyebilmek. Dünya çapında girişimcilerin hayatına bakmışlar, hepsinin hayatında mutlaka bir iniş çıkış var, dalgalanma var. Ben de yaşadım, iş hayatımın 4. Yılında işimi kapatıp babamın işine geri dönmeyi düşünüyordum. Ama doğru planlamalarla zorlu dönemleri geçmeyi başardık. Başarının sırrı doğru kararlar alabilmekte yatıyor. Doğru kararlar ise tecrübeye dayanıyor. Tecrübe ise yanlış kararlar olarak kazanılıyor. Herkesin hata yapmaya hakkı var. Ama aynı konuda 3 kere hata yapma hakkımız olmamalı diye düşünüyorum.

Finansal performans ne demek? Hayalci olmayın. Güçlü bir gelir modeliniz olsun. Zeytin çekirdeği satıp 1 milyon dolar kazanamazsınız. Hayallerimizin ayaklarının yere basması lazım. Gerçekçi bir finans modeli ve güçlü bir iş planı olmalı. Girişimcilik hayalcilik değildir. Stratejik bakış çok önemli. Uzun vadeli düşünmek ve ekiple çalışmak gerekiyor. Hiçbir şey tek başına yapılmıyor. Eğer sanatçı değilseniz tek başınıza bir şey yapmanız mümkün değil. Mutlaka bir ekibe ihtiyacınız var. Ekip olmanın da şartları var, onları başarıya inandırmak, başarıyı paylaşmak, geliri paylaşmak. Bu modelleri oluşturduğunuz zaman, arkanızda bir sürü insan olacaktır.

Bunları yapmazsanız yani metazori bir lider olursanız, Timur'a giden Nasreddin Hocadan bir farkınız kalmaz, bir sıkıntılı anınızda bir bakarsınız ki tek başınasınız. Yenilikçilik anlayışı ve yaratıcılık bence girişimciliğin en önemli unsuru. Yenilikçilik bazen sizi herkesten farklı çözümler üreterek, bakış açısı daha geniş yerlere götürebilir. Yaratıcılık olaylara herkesten daha farklı bakmakla başlar.

Kişisel duruş da çok önemli. Girişimcinin kendi etrafında oluşturacağı bir saygı halkası olması lazım ki girişimi desteklensin. Eğer güvenilmez bir tip olarak ortaya çıktıysanız, ciddi değilseniz, girişiminizin başarıya ulaşması mümkün değildir. Sosyal çevreye etki yine başarılı girişimcilerin ortak noktaları arasında bulunuyor. Şu görülmüş ki, girişimciler ilk koza evrelerini aştıktan ve belli bir sıkıntı dönemini geçtikten sonra, yaklaşık %80'lik bir kısmı sosyal çevrelerine etki vermeye çalışıyorlar. Vakıf kuruyorlar, çevrelerine yardım yapıyorlar, şehirlerine bölgelerine destek oluyorlar. Hem dünyada hem Türkiye'deki başarılı girişimcilerin bulunduğu ortamı iyileştirmeye çalıştıklarını görüyoruz.

Global Bölgesel Ekonomik Entegrasyon dünyaya açık olmamız gerektiğini anlatıyor bize. Dünya ile iş yapmamız lazım, ortaklık kültürüne alışmamız lazım ve hatta yabancı ortaklıklara alışmamız lazım. Küçük olsun benim olsun düşüncesi yanlış. Mutlaka müşterek çalışma kültürünü öğrenmek ve hayata geçirmek zorundayız. Global iletişim çok önemli günümüzde. Bir sosyal paylaşım sitesi üzerinden devrimler yapılır hale geldi dünyada.

İşletme zafiyetlerini kısaca anlatacağım; Bir işi neden yaptığınızı asla unutmayın. Ben bu işi niye yapıyorum. Yapmak istediğin neyse tam o odağa yönelmek lazım. İşletme körlüğü çevremizde o kadar çok var ki. Yanan ağacı söndürecekimize suluyoruz. Gelelim bunu nasıl çözecekimize. Tabi kolay değil. Özel sektörün ve kamunun problem çözümünde yaşadığı bir sorun var, o da problemlerin çözümünde maliyeti unutmak. İhtiyacımız neyse asgarisini çözmek gerekiyor. Hiç kullanmadığımız bir özellik katıp bize telefonu iki katına satıyorlar. İşletmelerdeki bir zafiyet de bilgi ya da donanım eksikliği. Yaklaşım farkı da son derece önemli. Ne için neyi yaptığınızı anlatmaz, çok iyi niyetli yaklaşımınız kötü algılanabilir. İnsanlar sizi tanımalı. Çok teşekkür ediyorum.

S1: Ben Erdem Bey'e Global entegrasyonla ilgili bir soru sormak istiyorum. Global entegrasyon çok önemli ama bunun avantajları dezavantajları nelerdir, global entegrasyonda alınması gereken tedbirler nelerdir?

S2: Orhan Bey'e bir sorum var. Üniversiteyi burada bitirdim daha sonra Amerika'da yüksek lisans yaptım. Şimdi bir kamu kurumunda çalışıyorum. Babamın işletmesi var. Şimdi yeni bir iş yeri açmak istiyorum. Hesap yapıyoruz dükkanın açılış maliyeti yaklaşık 300.000 TL civarında. Biz ve Türkiye'de herkesde şu korku var; ya başarılı olamazsak? Siz belki biraz daha açabilirsiniz? Bu konuda sizin fikriniz nedir?

S3: Sorumu Prof. Dr. Serdar SAYAN'a sormak istiyorum. Hocam yurtiçi ve dışındaki eğitim sistemlerini çok iyi biliyorsunuz. Ben girişimcilik bakımından eksiklerimizin hayal gücümüzün yeteneğimizin törpülenmesinden kaynaklandığını düşünüyorum. Örneğin, Amerika'da daha geniş bir hayal gücüne ezberci zihniyetten uzak bir şekilde eğitim veriliyor. Bu ülkeler dünyaya teknoloji satıyorlar. Bu açığı eğitim sistemimize rağmen nasıl kapatabiliriz.

C1- Erdem ÇENESİZ: Global Entegrasyon girişimcinin muhtemelen koza evresinden sonra karşılaşacağı bir süreç. Bu süreçte buna hazır değilse kaçırabilecekleri bir fırsat olarak görebiliriz. Yani daha önceden hazırlanmazlarsa karşılıklarına çıkacak müşterek bir yapılanma, yerli veya yabancı bir ortaklık, yeni ürün veya anlayışın sunacağı imkanları kaçırmaları. İşletmeler global entegrasyona henüz daha büyüme evresinde hazırlanmalı. Kendilerini geliştirmeliler. Bunu henüz büyüme evresinde yapmaya çalışırlarsa bu erken doğum olur. Global entegrasyona girişimler belli bir büyüklüğe ulaştıktan sonra ve kendilerini hazır hissettiklerinde girişimeliler.

Orhan Bey'in sorusuna müdahil olacak bir cevap vermek istiyorum. Aynı süreçleri ben de yaşadım. Ailemle kendi işimi kurmak için müzakerelere başladığımda karşıma hep tedirginlikler çıktı. Çok önemli olan bir şeyi fark ettim. Doğru bilgi karşısında hiçbir şey duramıyor. Doğru bilgiyi iyi derlerseniz; bu bahsettiğim, bilançodur, iş planıdır vb. rakamlarınızı iyi koyarsanız, rakamlar size işi yapmanızı anlatıyorsa o işi babanız da yapar, yapma diye anlatıyorsa hiç babanızı zorlamayın, siz vazgeçin. Bu kararı verdirecek olan sizin doğru bilgiyi bilanço, iş planınızı önceden iyi analiz etmenizdir.

C2- Orhan TURAN: İş kolunuzu, ne yapmak istediğinizi bilmiyorum. İyi bir fizibilite yapmanız lazım. Ne kadar para harcayacaksınız, ne kadar sürede geri dönecek, ne kadar ciro yapacaksınız, ne kadar geliriniz olur? Girişimcilikte risk almak lazım, yatırımınız batabilir de. Burada bir şeyden bahsetmek lazım. Girişim sermayesi konusu çok önemli. Bu Amerika'da çok yaygındır. Cironuz iyiye, işiniz iyiye, büyüme potansiyeliniz varsa, şeffaf yönetiliyorsanız, insan kaynağınız iyiye, zaten bir dizi fonlar sizin peşinize düşüyor. Ben konuşmamın başında da söylemiştim. Melek yatırımcılar denen fonlar var. Amerika da bazı fonlar var sizin fikirlerinize yatırım yapıyor. Bizde de bunu oluşturmaya çalışıyorlar. Ben de bunu konuşmamda bunu engellerden biri olarak belirtmiştim. Daha çok Türkiye'de belli bir ölçeğe gelmiş firmalara yatırım yapıyorlar. İyi bir iş planı yapın, hesabınızı kitabınızı iyi yapın, ne kadar para yatıracaksınız, ne kadar geri dönüş bekleniyor. Başarısızlığı da göz önüne almak zorundasınız.

C3- Serdar SAYAN: Çok güzel bir soru. Ancak cevabı zor bir soru aynı zamanda. Bizim eğitim sistemimizin yaratıcılığı teşvik eder nitelikte olmaması, hatta yaratıcılığı caydırır, köreltir nitelikte olmasının bir sürü nedeni var. Herşey aileden başlıyor. Bizde çocuklara fikrini sormak, kararlara ortak etmek çok yaygın bir gelenek değil, yavaş yavaş geliyor ama. Çocuklara "icat çıkarma" derler mesela, "karıştırma o işleri" denir. Dolayısıyla aileden böyle bir gelenekle okula gittiğinde okul da benzer bu otoriter ve yaratıcılığı caydıran ortamı teşvik ediyor. İkincisi test sistemi ve dershanecilik yaratıcılığı köreltici bir rol oynuyor. Tek güzel haber bu konuda, 2025-2030 yılından itibaren Türkiye demografik fırsat penceresini kapatıyor ve sizin torunlarınız kesinlikle bir yarışma ortamı olmadan istediği üniversiteye girebilecek. Şu anda sizlerin yaşadığı stresli durum çoğunlukla Türkiye'nin içinde bulunduğu demografik baskıdan, nüfusun genç olmasından kaynaklanıyor. 2025'ten sonra bu baskı giderek azalacak herkes istediği üniversiteye girebilecek hale gelecek. O zamana kadar beklemeli miyiz? Hayır. Reform yapılması gerektiği ortada ama reformu nasıl yaparız, cevaplaması zor bir soru. Yaratıcılığı teşvik etmeyen eğitim sisteminin ciddi maliyetleri olduğunu fark ederek başlayabiliriz. Bu sistemin ekonomik büyüme ve refah açısından çok ciddi maliyeti var. Bunun ne kadar farkına varırsak çözümler üretmek kolaylaşır diye düşünüyorum.

Eğitim sistemimizin durumuna ilişkin bir örnek vermek istiyorum. OECD ye ülkelerinde düzenlenen PISA testinde öğrenme derinliği ve öğrenme yaratıcılığı sorgulanıyor. Tahmin edin sonuncu sırayı her sene hangi ülke alıyor? Meksika alıyor son sırayı her sene. Sondan bir önceki sırayı her sene Türkiye alıyor. Eğitim sistemimizin alarm verdiği görülüyor.

Orhan Turan: Ben bir ilave yapmak istiyorum. Benzer bir toplantıda Ali Poyrazoğlu toplantıyı yönetiyordu. Kendisi şunları söyledi; "Biz aileden, okuldan gelen kültürel düzeylerle eski köye yeni adet getirme, karışma vb. söylemlerle büyüyoruz. Sonra siz mezun olacaksınız, çalıştığınız yerde yenilikçi olun, fark yaratın denilecek. 25 yaşına kadar böyle bir toplumda yetişmiş biri 26 yaşında nasıl fark yaratabilir, nasıl inovatif olabilir." Aile ve okulun burada çok büyük bir önemi var. Gelişmiş toplumlara baktığımızda daha zgr bir ortamın olduğunu görüyoruz.

Erdem enesiz: Ben de bir ilave yapmak istiyorum. Trkonfed'in 'yeni dönem yeni hedefler' raporunda girişimcilik eğitiminin ilköğretim seviyesinde verilmesi gerektiği öneriliyor. Girişimciliğin ocuk kendini hayata hazırlarken, rol modelleri belirlerken, anlatılması gerektiğini belirtiyoruz.

GİRİŞİMCİLİK VE İŞ MODELİ



Prof. Dr. Birol ELEVLI

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölüm Başkanı

Saygıdeğer misafirler, sevgili öğrenciler, Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın düzenlemiş olduğu girişimcilik konferansına tekrar hoş geldiniz.

Programda hep girişimciler vardı. Biz biraz akademik yanda kaldık. Bizim sunumumuz da belki biraz daha akademik olacak. Ben kısa özet bir konuşma yapmaya çalışacağım.

Neden girişimcilik yapılıyor? Üretim yapmak için girişimcilik. İnsanoğlu diğer tüm canlılardan farklı bir yaratıktır. İnsanoğlunun bir takım ihtiyaçları ortaya çıkıyor ve bu ihtiyaçlar aslında sınırsız. Nispeten bir kısmı sınırlı bir kısmı da sınırsız. Bizim iki ana ihtiyacımız var. Biz bunların birine doğal ihtiyaçlarımız diyoruz, diğeri ise doğal olmayan ihtiyaçlarımız. Nedir doğal ihtiyaçlarımız? Bunlar varlığımızı sürdürmek için gerekli olan unsurlar. Yani bu ihtiyaçlarımızı sağladığımız zaman varlığımızı sürdürürüz. Doğal olmayan ihtiyaçlar ise bize ihtiyaçmış gibi lanse edilmiş ihtiyaçlardır. Örnek verirsek bizim tüm canlılar olarak ihtiyacımız olan 4 ana unsur var: Hava, su, besin ve nispeten barınma. Şimdi biz bu dördüne sahip olduğumuz zaman varlığımızı sürdürürüz. Bunların hepsini havayı da, suyu da, besini de, barınmayı da biz bir şekilde temin edebiliyoruz. Bunlara olan ihtiyacımız sınırlı. Bir süre sonra artık bunları talep etmeyiz. Ne zamana kadar? Ta ki o ihtiyaç tekrar hasıl olana kadar. Ama hayatımızı kolaylaştıran ihtiyaçların bir sınırı yok. Araba, beyaz eşya, cep telefonu, mobilya, aklınıza gelecek her şey, yani bugün kullandığımız her şey. Bunlar bizim hayatımızı kolaylaştıran nesnelere, bunlar olmasa da varlığımız devam eder. Doğal ihtiyaçlarımızı doğadan sağlayabiliriz. Ama doğal olmayan ihtiyaçlarımızın hiçbirisi doğada hazır değildir. İşte burada insan devreye giriyor. İnsan düşünen bir varlık olduğu için her an doğanın ona bahsettiği nimetlerden nasıl yararlanırım diye düşünüyor. Düşünüp bundan yeni ürünler elde ediyor. . Doğal olmayan ihtiyaçlarımızı karşılamak üzere kıt kaynakların mal ve hizmete dönüştürülmesi faaliyetine üretim diyoruz. Girişimcinin burada üstlendiği rol insanlara yeni bir ihtiyaç ortaya çıkartmasıdır. İnsanlar bunu ihtiyaç olarak kabul etmeli ki girişimci de onu üretip insanlara bir şekilde satmalıdır. Demek ki doğal olmayan ihtiyaçlarımızı karşılamak için üretime ihtiyacımız var. Günümüz dünyasında ekonomik büyümeden bahsedebilmek için girişimci sayısının artması, daha çok ürün ortaya çıkması ve daha fazla üretim yapılması gerekir. Ekonomik büyüme daha fazla üretim, daha fazla mal ve hizmet ortaya çıkarılması demektir. Bir ülkedeki veya bir ekonomideki toplam üretim düzeyinde bir önceki döneme göre bir artış söz konusu ise bu ülke ekonomik anlamda büyümüş demektir. O zaman ekonomik olarak büyüyebilmek için çok daha fazla üretim yapılması gerekir. Bu üretim mal veya hizmet üretimi olabilir. Büyüme Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) veya gayri safi milli hasıla ile ölçülebilir. GSYİH ülke sınırları içinde belli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin piyasa değeridir. Kişi başına milli gelir ise gayri safi yurt içi hasılanın nüfusa oranıdır. Kişi başına düşen milli gelirin yüksek olması gelişmişliği ve kalkınmayı ifade eder. Doğal olmayan ihtiyaçlar daha çok karşılanabiliyor demektir. Kişi başına milli geliri artırmak için iki seçeneğimiz var. Ya nüfusu azaltmamız veya GSYİH'yi

artırmamız gerekiyor. Nüfusu azaltamayacağımıza göre GSYİH'yi artırmamız gerekir. GSYİH'nin artması için girişimcilik teşvik ediliyor ve girişimcilik destekleniyor. Girişimci sayısı arttığı zaman üretim çoğalacak, üretim çoğaldığı zaman da GSYİH artacaktır. O zaman kişi başına milli gelir artmış olacak böylece daha çok doğal olmayan ihtiyaç karşılanabilecek. Daha çok doğal olmayan ihtiyacımız karşılandığı zaman hayatımız daha kolaylaşmış oluyor. O zaman üretim yapmak için de üretim faktörlerinin bazı unsurlarının bir araya gelmesi gerekiyor. Üretim faktörlerini 4 ana başlıkta inceleyebiliriz. Birincisi kıt kaynaklar, ikincisi emek yani bu kıt kaynaklardan ürün üretmek için insanların bedensel ve zihinsel olarak ortaya koyduğu çaba. Üçüncüsü sermaye yani üretim yapmak için gerekli makine teçhizat veya insan sermayesi. Dördüncüsü ise bugünkü toplantının da gündemini oluşturan girişimci kavramı. Girişimci bu üç unsuru toparlayıp bir araya getiriyor ve üretim yapıyor. Peki, girişimci o zaman kimdir? Girişimci öncelikle bir ihtiyacı teşhis eder. Aslında ihtiyacı tespit etmekten ziyade insanların ihtiyacı olacağına inandıran kişidir. Hayal kuran, hayalinde bu işi kurgulayan kişidir. Girişimci kendi çevresinden kendi yaşamından feyz alarak veya başkalarından örnek alarak bunu gerçekleştirir. Bu ise hayal gücü ile ilgili bir şeydir. İnsanoğlu bildiğinin 10 katını hayal edebilir. Hayal ettiğinin de yüzde birini gerçekleştirebilir. Çok hayal edebilmek için ise çok bilgi gerekir. Çok bilgi için çok araştırma yapmak gerekir. Girişimci o zaman bir ihtiyacı tespit edecek, daha sonra bunu bir iş fikrine dönüştürecek, bunun için gerekli riskleri üstlenecek ve bu riskleri üstlenmek için de ticari işletme kuracaktır. Girişimci bir fikri ortaya atar bu fikrin insanların kullanabileceği bir ürün veya hizmet olduğuna inandırır bu fikri düşünce halinden gerçek hayata aktarmak için riski üstlenir ve ticari işletme kurar. Bu bağlamda girişimcinin öncelikle cesaretli olması gerekiyor. Çünkü cesareti olmayan risk alamaz. Bunun yanında girişimcinin bilgili ve yetenekli olması gerekiyor. Cesaret de aslında bilgi ile artar. Bildiğiniz zaman risk almak daha kolaydır. Bilgi sahibi olmadığınız bir işe girişmek zordur. Ancak bilgi sahibi iseniz, yapacağınız işin ne olduğuna kendinizi iyice ikna etmişseniz yeni bir işe girişebilirsiniz. İşletmeyi kurduktan sonra onu yürütmek ayrı bir yetenek istiyor. Çünkü bir işe başladığınız zaman sonuçta para kazanmayı hedefliyorsunuz. Ve belirli bir sürede bu parayı kazanmanız gerekiyor. Para kazanabilmek için de yönetim, pazarlama ve benzeri alanlarda hem yeteneğe sahip olmak hem de bunları uygulamaya koyabilmek gerekiyor. Bilgi neden gerekli diye soracak olursak, bilginin bir ürünün ortaya çıkmasında çok önemli bir unsur olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin, özel kum, çimento, tekstil, küçük otomobil, yolcu uçağı, savaş uçağı, uydu ve pentium yongaya kadar tüm ürünlerin aslında kumdan yapıldığı ancak fiyatlarının oldukça farklı olduğunu görüyoruz. Fiyatı değiştiren unsur ise içine katılan bilgi. Her aşamada biraz daha fazla bilgi katıyorsunuz ve bilgi kattıkça o ürünün değeri artıyor. Örneğin dondurma; şeker, süt, meyve özü, vb. İçermektedir. Ama asıl önemli nokta dondurma imalat bilgisidir.

Girişimcilik yeniliktir. Bu yenilik mevcut kaynaklardan yeni bir birleşimi ifade ediyor. Yeni bir üretim metodu geliştireceğiz, Yeni bir üretim metodu da bizim mevcut üretimlerdeki belki de maliyetimizi düşürecektir. Artık sınırları olmayan bir dünyada yaşıyoruz. Her ne kadar bir takım yasal sınırlarımız varsa da, bu sadece kağıt üzerinde kalıyor. Biliyorsunuz dünya küçücük bir noktaya geldi. Herkes iletişim halinde. Çok yoğun bir rekabet olduğunu söyleyebiliriz. O zaman mevcut işletmelerin de varlığını sürdürebilmesi için yenilik yapması gerekiyor. Çünkü sizin ürettiğiniz ürünü çok kısa sürede daha iyisini daha ucuza bir başkası üretebilmektedir. En fazla 6 ay içerisinde benzer bir ürün, daha ucuza ve daha kaliteli üretilebilmektedir ki bunun herhalde en tipik örneği *iphone* ve onun rakipleridir. Aslında ürünü üreten Steve Jobs. Ancak, tersine mühendislik ile artık her

ürün anında üretilebilmektedir. Tersine mühendislik bir ürünü alıp, o ürünü tersten giderek yeniden üretmektir. Bir ürünü alıyorsunuz bunun üç boyutlu taraması yapılıyor. Noktaları bilgisayar ortamında oluşturuyorsunuz, daha sonra bu ürünün kalıbını çıkartabiliyorsunuz. Benim bugünkü konuda söyleyebileceklerim bu kadar. Çok kısaca özetlemeye çalıştım bazı kavramları. Umarım yararlı olmuştur. Şimdiden hepinize teşekkür eder, başarılı olmanızı temenni ederim.

Yrd. Doç. Dr. Yetkin BULUT

Ondokuz Mayıs Üniversitesi İşletme Bölümü Başkan Yardımcısı



Öncelikle hepinizi sevgi ve saygıyla selamlıyorum. Bizden sonra gelen çok kıymetli konuşmacılarımızdan çok fazla öğreneceğimiz şeyler olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden konuşmamı fazla uzatmadan özet geçmeye çalışacağım.

Sabahki oturumda Erdem Bey'in söylemiş olduğu çok güzel bir cümle vardı, eğer girişimcilikte bir iş planınız yoksa o zaman bu hiçbir işe yaramaz. Ben Marmara Üniversitesi'nde iken Baymak'ın sahibi Murat Bey yüksek lisans derslerinde bize konuk öğretim üyesi olarak ders verirdi. Onunla ikili sohbetlerimizde Murat Bey'in söylediği çok güzel bir şey vardı. Diyor ki Türk milleti çok girişimcidir. Kafasında birçok iş fikri vardır. Ama iş bunu yürürlüğe koymaya geldiği zaman, hemen yolda tökezler. Neden biz bu haldeyiz peki, ben bugün onun üzerinde durmak istiyorum. Bunun birkaç tane nedeni var tabii ama ben burada birisi üzerinde duracağım. O da şu: Biz bir iş modeli üzerinden gitmiyoruz. Biz diyoruz ki *kervan yolda düzülür* veya diyoruz ki *hele bir bakalım çıkalım, yolda ne olur Allah kerim*, başımıza ne geleceğini hiç bilmiyoruz. Oysaki yirmi birinci yüzyılın rekabet koşullarında dünya böyle değil. Kılavuzunuzu iyi koymazsanız, rehberinizi iyi oluşturmazsanız, yolda sizin neyi karşılayacağını bilemezsiniz. Dolayısıyla iş kuracaksak öncelikle bizim bir iş modelimizin olması gerekiyor. Bunu yaparken, toplamda 6 aşamalı bir sistematik geliştirmemiz gerekiyor. Bu sistematığın ilk aşaması müşteri seçim ve segmentasyon dediğimiz yani pazarın hangi dilimine hitap edeceğimiz ile ilgili. Öncelikle bir iş modeli tanımlamak istiyorum. İş modeli bir şirketin ne şekilde değer yarattığının, müşteriye teslim ettiğinin ve bu değerlerin bir kısmını ne şekilde kâr olarak kendine alıkoyma rasyonelidir. Ama burada esas önemli olan şey şu: Pratik hayatta her işletmenin bir iş modeli vardır. Bir simitçinin de veya sabahtan beri değişik şekillerde karşımıza çıkan Apple'ın kurucusu Steve Jobs'un da bir iş modeli vardı. Herkesin yaptığı işle doğru orantılı olarak karmaşık olmak kaydıyla elbette ki bir iş modeli var. Evet, biraz işi basite indirgeyelim, bir simitçinin iş modeline beraber baktığımızda kişi ne yapıyor. Öğün arasında açlığını gidermek isteyen müşteriler için sabah ya da öğleden sonra bu simidi her yerde değil sadece belediyenin izin verdiği yerlerde üzerine bir kar marjı koyarak ürününü satıyor, aradaki farkı kendisine kar olarak saklıyor ve ertesi gün aynı işlemleri tekrar yapıyor. Şimdi modern yüzyılda çok önemli bir kavram var *Customer Relationship Management (CRM)* ya da Müşteri İlişkileri Yönetimi dediğimiz bir kavram. Bu noktada bir simitçinin yaptığı CRM örneğini paylaşmak istiyorum. Ankara Kızılay'da iki tane bankacının düzenli olarak simit aldığı bir tezgah var. Oraya gidiyor ve simit aldıkları zaman bakıyorlar ki tezgahın başında simitçi yok, peki diyorlar iki üç tane simit kalmış. Simidi alıp yerine parasını koyuyorlar. Parayı koyarlarken bir bakıyorlar ki simitçi kağıda 08:02, 08:03 gibi rakamlar yazmış ve karşılarında sayılar var. Bunun üzerine bankacılar kağıda 08:25 karşısına da 2 yazmışlar. Ertesi gün yine aynı simit tezgahın gittiklerinde simitçiye neden böyle bir şey yaptığını soruyorlar. Simitçi dün 08:25'te gelen iki kişi siz miydiniz diye soruyor. Evet diyorlar. Sonra simitçi anlatmaya başlıyor. Müşterilerim benden sürekli olarak taze ve sıcak simit bekliyor. Ben de her saat aralığında onbeşer dakikalık, yirmişer dakikalık, yarımşar saatlik

periyotlar halinde kaç tane simit sattığımı ölçüyorum. Ve simit fırınından ona göre sipariş veriyorum. Böylelikle her saat dilimi içerisinde bana sıcak simit geliyor ve müşteri her zaman taze, sıcak simit bulma imkanı buluyor. Bankacılar tabii şaşırıyor. Biz bankacılar olarak CRM projelerine milyonlarca dolar para yatırıyoruz, ama bir bakıyorsunuz ki geri dönmüyor. Neden? Çünkü bizim en temel eksikliklerimizden bir tanesi şu: Bizde veri var ama bunu bilgiye çeviremiyoruz. Cep telefonlarımıza sürekli mesajlar geliyor. Alışveriş yaptığımız marketten, tekstil malzemelerini aldığımız dükkanlara kadar sürekli olarak mesaj alıyoruz. Burada şöyle bir örnek vermek istiyorum. Diyelim ki ben süpermarketten alışveriş yapıyor ve 15 günde bir çay alıyorsam, yanında şeker almıyorsam buradan çıkartacağımız birkaç tane sonuç var. Birincisi Yetkin Bulut olarak ben çay içiyordum ancak çayı şekerlessiz içiyordum. İkincisi, şeker ben başka bir yerden alıyordum. Süpermarket olarak siz bana hala mesaj gönderiyorsanız çay bu kadar, şeker bu kadar diye CRM projelerinin %65'inin başarısız olduğunu bir kez daha tescillemiş oluruz. İşte bu yüzden başarısız oluyoruz. Geçen hafta uluslararası bir kongre için İzmir'deydim ve orada bu konuyla ilgili 3 tane bildiri vardı. Bildirilerde çok güzel bir yansı vardı yeri geldiği için sizinle paylaşmak istiyorum. Bir sürü farklı yol ile tüketicilere işletmelere ulaşıyorlar. Web bu iş için çok önemli ama insanlar satın alma kararını sesle veya sesli mesaj ile veriyor. O zaman müşterinin kazanılması için bu noktada yapması gereken bir tek şey var: Yetkin Bulut olarak neden çayı alıyor da, şeker benden almıyor konusunu ya da neden şekerlessiz içiyor konusunu araştırıyorsa, o zaman CRM yani müşteri ilişkileri yönetimimiz başarıya ulaşıyor. Şimdi iş modeline geri gelecek olursak, simitçinin iş modeli gayet basit ama bizim yapacağımız iş modeli veya Apple'ınki bu kadar basit değil. Burada müşteriye sunduğumuz değer temelli pazarlamadır. Yaşadığımız çağ tamamiyle tüketiciye verdiğimiz değer ile ölçülüyor demektir. Peki burada simitçinin verdiği değer nedir? Baktığımız zaman insanların karnı acıktığı zaman sevilen bir yiyeceği her zaman bulabilme ihtiyacıdır. Peki, girişimci olmak isteyen bir sürü arkadaşımız var burada. İçimizde çok değerli sanayi ticaret odası temsilcileri var. Ve biliyorum ki onların da iş kollarında faaliyetleri sürüyor. O zaman sormamız gereken sorulardan bir tanesi şu: Sizin bir firma olarak, sizlerin de geleceğin girişimcileri olarak, tüketicilerinize sunduğunuz değer nedir? Misyon ve vizyon tanımlarından başlıyor esasında bu olay. Çok basit birkaç cümlede bu işi ifade edebiliyor olmamız gerekiyor. Dolayısıyla kendi iş modelimizi de birkaç cümle ile net bir şekilde anlatabiliyor olmamız gerekiyor. O zaman ilk aşamaya geldiğimizde müşteri seçimi ve segmentasyonda müşterinin kim olacağına karar vermek gerekiyor. Ben eğer bir firma kuracaksam hitap ettiğim kitleyi bilmem gerekiyor. Benim ürettiğim bütün ürünleri herkes alacak diye bir garanti yok. Üreteceğim ürünün hitap edeceği kitle mutlaka belli olmak durumunda. Bunu *Rolls Royce* gibi büyük bir firma için de düşünebilirsiniz, simitçi için de düşünebilirsiniz. Dolayısıyla burada müşterilerim kimler, ben kimlerin müşterim olmasını istiyorum ve bunlara nasıl faydalar götürebilirim gibi soruların önemi artıyor. Satıştaki en temel kurallardan bir tanesi şudur, bir tüketiciye o mal ve hizmetten sağlayacağı faydayı net bir şekilde anlatırsınız ve tüketici onun fiyatına bakmadan direkt satın alır. Çünkü bir ürünü özelliği anlatır ama faydası sattırır. Dolayısıyla bu noktada insanlara bizim ürünümüzü satın aldığı zaman onlara sağlayacağı faydayı net bir şekilde ortaya koyabilmek gerekiyor. Dünyadaki herkes benim müşterim olacak mıdır? Iphone'un ya da Ipad 2'nin böyle bir kaygısı var mı? Bizim de bu soruları kendimize sormamız gerekiyor. O zaman bu işin temelinde bizim odaklanmamız gerekiyor. Türkiye'de BİM bu işi başaranlardan bir tanesi. BİM'in başarısının altında yatan temel özelliklerden bir tanesi markaya duyarlı olmayan ama özünde fiyata duyarlı olan tüketici kitlesini kendisine hedef olarak aldığı için bugün Türkiye'deki en büyük market zincirlerinden bir tanesi olmasıdır. O zaman satıcının müşterilerine bir

değer önerisinin olması gerekiyor. Peki müşteri değer önerisi dediğimiz şey nedir? Müşterilerin o kategorideki mevcut ürün veya hizmetlerin çözemediği sorunlarını çözerek onların karşılanmamış ihtiyaçlarına yepyeni değerler sunmak. Google'ın bir değer önerisini paylaşmak isterim. İnsanlar internete girdiği zaman çok kolay bir şekilde bilgiye ulaşmak ister. Google'ın bize verdiği değer önerisi de basit anlamda bir dikdörtgenin içine aradığınız kelimeyi yazıyorsunuz. İstedığınız bilgiye çok kolay bir şekilde ulaşmanız sağlanıyor. Peki, burada başka ne yapmamız lazım? Değer önerisi açısından baktığımız zaman yenilik, performans ve karşılanmamış ihtiyaçlar önem kazanıyor. Bazen girişimciler tüketicilerden daha önde gidiyor. Henry Ford'un literatüre geçmiş bir sözünü burada sizinle paylaşmak isterim. Diyor ki "eğer müşterilerin dediğini yapsaydım daha hızlı giden bir at arabası yapmam gerekirdi". İşte bu anlamda pazarlamacıların mühendislerden ayrıldığı noktalardan bir tanesi mühendislerin işin üretim tarafından bakması, pazarlamacıların ise talebi yaratma ve talebi yönetme açısından bakması. Bir diğer şey elbette ki fiyat. Tata'nın nano modeli buna çok güzel bir örnek. Burada firmanın insanlara verdiği değer çok enteresan ve firma otomobillerini "tozlu topraklı Hindistan yollarında sizi ve ailenizi motosikletten kurtarıp düzgün bir araçla seyahat etmenizi sağlayan ve bunu çok ucuza yapan bir otomobil" olduğunu savunarak satıyor. Söz konusu otomobil Hindistan'ın en çok satan otomobillerden bir tanesi. Bir başka aşamada gelir ve kar modelinde biz bu işten nasıl para kazanacağız dediğimiz zaman birçok yolu var; işlem bazlı ödemelerden sağlanacak gelirden sponsorluğa kadar. Ama hepimiz de biliyoruz ki gelir elde etmenin farklı yolları var varlık satışı, kullanım ücreti, abonelik, kiralamak, lisans verme gibi. Sosyal medya gün geçtikçe ağırlığını hissettiriyor. Ve çağımızın en büyük kavramlarından bir tanesi -Erdem Bey de vurguladı diğer konuşmacılarımız da vurguladı- *farklı olmak*. Neden mor inek diyoruz, çünkü ortalama bir ineğin rengi bellidir. Ama mor ineği o ineklerin içerisine koyduğunuz zaman hemen diğer inekler tarafından fark edilecektir. Lider olan firmalar mor inek olan firmalardan çıkmıştır. Ve bütün bu şeyi yönetmek, tıpkı bir orkestranın şefi gibi çok ciddi bir şekilde yönetim becerisi ve yönetici kadrosu gerektirir.

Teşekkürler

TÜRKİYE'DE VERİLEN GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ

İhsan KARATAYLI

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı - İş Geliştirme Birimi

Proje Yöneticisi



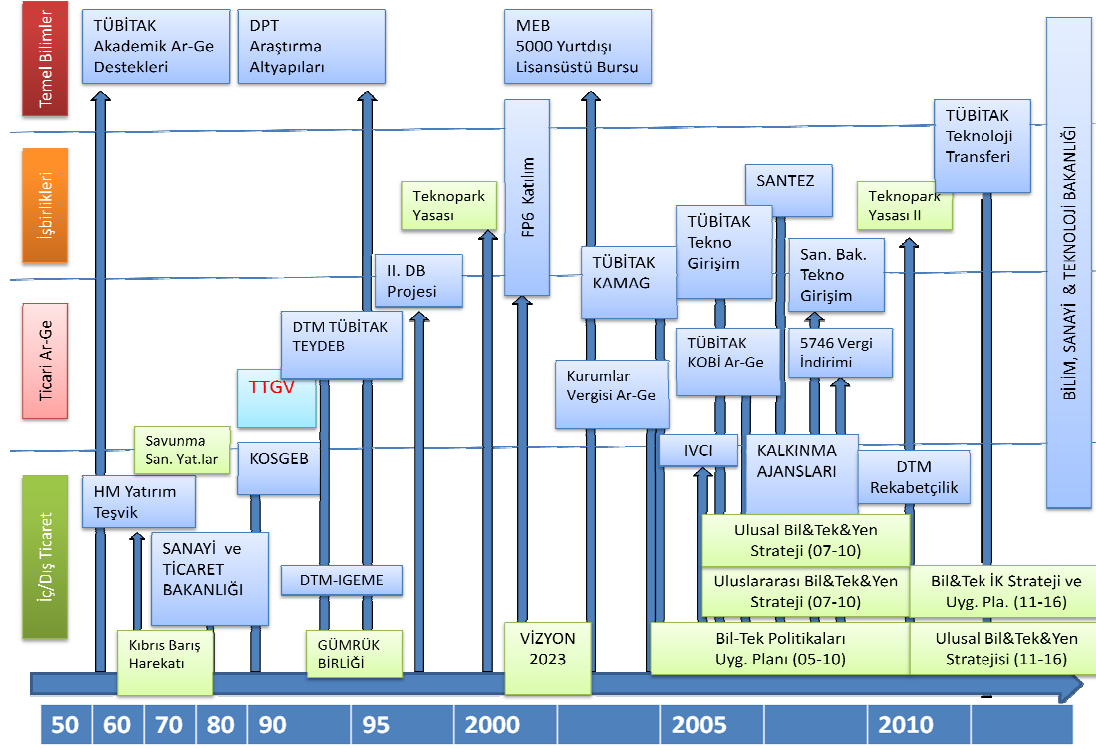
Girişimciliğin farklı boyutları var. Ben de Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)'nin verdiği Ar-Ge ve İnovasyon desteklerinden bahsedeceğim. Bu destekler teknolojik bir alanda girişimcilik yapacaksanız verilmektedir. Eğer mobilyacılıkta baba mesleğini devam ettirecekseniz, bu alanda bir şey yapacağım dersiniz bunun destekleri, bunun sistematigi daha farklı. TTGV, 1991 yılında sivil toplum kuruluşu olarak kuruldu ve kanunla kurulmuş vakıf statüsünde. Misyonumuz ve vizyonumuz 'Türkiye'de teknolojik inovasyon faaliyetlerini desteklemek'. Hem kurulu şirketlere Ar-Ge ve inovasyon alanında destek sağlıyoruz hem de yeni kurulan girişimlere yönelik bir takım programlar tasarlıyoruz. Özerk bir yapıyız. Devlet fonlarını kullanıyoruz ama devlet kurumu değiliz. Bir kurucular kurulumuz var, 26 tanesi özel sektörden, 6 tanesi kamu, 10 şemsiye kuruluş ve 14 gerçek kişiden oluşmakta. Bu yüzden biraz daha özel sektör mantığıyla çalıştığımızı iddia ediyoruz. Tabii kamu kaynaklarını kullandığınızı sürece bir şekilde bürokrasiyi içinizde bulundurmanız gerekiyor. Kurucular kurulumuz, yönetim kurulumuz ve yaklaşık 45 personel ile bu işi yapmaya çalışıyoruz ama bütün proje bazlı desteklerde göreceğiniz gibi biz de dışarıdan uzman kullanıyoruz. Bu uzmanlar kimlerdir? Akademisyenlerimiz ve az önce gördüğünüz gibi sanayiciler. Proje bazlı olarak bize başvuruluyor, onlardan sizin projelerinizi değerlendirmelerini istiyoruz. Yaklaşık 800'ün üzerinde uzman var. 1000 tane kadar dışarıdan değerlendirme yapan akademisyenimiz var. Değişik kaynaklarımız var. Şu anda kullandırtığımız Dünya Bankası'ndan gelen bir kendi kaynağımız var. Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) bugüne kadar kullandırıyordu ama bakanlıkların yapısı değişti. DTM Ekonomi Bakanlığı'na bağlandı. Artık yeni bir bakanlığımız var; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. Kaynakların yerleri, yapıları değişebilir önümüzdeki dönemde. Nelere destek veriyoruz? Ar-Ge projesi desteklerimiz var. Teknoloji Geliştirme Projeleri ve Ticarileştirme Projeleri Desteği. Teknolojik Girişimcilik desteklerimiz ve Çevre Desteklerimiz var. Şu anda en fazla 2 yıl süreli projelere destek veriyoruz. TTGV en fazla 1 milyon ABD doları katkıda bulunuyor ve proje bütçesinin yüzde 50'si oranında bir destek sağlıyor. Bize diyorsunuz ki şöyle bir Ar-Ge projesi yapacağım, şöyle bir şirketim var, yeni bir ürün/hizmet geliştireceğim. Biz inceliyoruz, evet gerçekten Ar-Ge yönü vardık dersek yapacağınız harcamaların yüzde 50'si oranında geri ödemeli bir destek sağlıyoruz. Projenin süresi boyunca biz finansmanı sağlıyoruz, proje bittikten sonra 1 yıl geri ödemesiz oluyor, sonra da 3 yıl içerisinde bizden dolar üzerinden aldığınız parayı dolar üzerinden geri ödüyorsunuz. Faizsiz bir destekten bahsediyoruz.

Bir de ticarileştirme desteğimiz var, ürününüzü yaptığınız ve bittiği zaman bizden destek aldığınız projeniz için bize tekrar başvurup, şöyle bir üretim altyapısı kurmam gerekiyor, şu makinaları almam gerekiyor, şöyle bir pazarlama çalışması yapmam gerekiyor diyorsanız, yine aynı şartlarda bir yıl süreli olarak 1 milyon ABD doları bir sermaye desteğini, proje bütçesinin en fazla yüzde 50'si oranında sağlayabiliyoruz. Bir başka desteğimiz

girişim sermayesi-risk sermayesinin desteklenmesi amacıyla risk sermayesi fonları. Risk sermayesi dediğimiz olay, riskli bir takım çalışmalarınız var, yapıyorsunuz ama biz potansiyel görüyorsak, büyüyeceğine inanıyorsak bu işlerin, doğrudan sermayedar olarak yatırım yapabiliyoruz. Tabii bizim de beklentimiz bu ortaklığın neticesinde iş bittiğinde hisselerimizi bir şekilde başka yerlere devredelim ve bir kazanç sağlayalım. Bu şekilde yeni projeleri destekleyelim. Bugüne kadar 2 tane risk sermayesi fonuna TTGV ortak oldu. Buralara başvurup projeleriniz varsa, belli bir seviyeye geldiyse ortak arayabiliyorsunuz. Yine teknoparklara yönelik olarak sağladığımız desteklerimiz vardı. Bu konuda Dünya Bankası desteği kapsamında 12 milyon ABD doları bir kaynak ayırdık. Bilkent Cyberplaza'nın inşa edilmesi ve İTÜ Arı Teknokent'in kurulması amacıyla verdiğimiz destekler bunlar. Bir de çevre desteklerimiz var. 3 ana eksen var bu desteğin. Çevre teknolojileri, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji alanında Türkiye'de yenilikçi projelere, bunların yatırım özellikleri de olabilir, ama ilk defa yapılacaksa TTGV olarak destek sağlayabiliyoruz. Projeleriniz varsa eğer bu projelerinizin desteklerimiz için uygun olup olmadığına dair açıklamaları web sayfamızdan inceleyebilirsiniz. Destek miktarları yine yaklaşık aynı şartlar. 1 milyon ABD dolarını, TTGV yine proje bazlı olarak yüzde 50'sini karşılıyor. Bu da geri ödemeli olarak verilen bir destek tutarı. Girişimcilere yönelik olarak son desteğimiz İstanbul Risk Sermayesi Girişimi (iVCi) başlatıldı. TTGV bu girişime ortak. 160 milyon avruluk toplam bir fon bedeli var. Türkiye'de girişimcilere destek sağlamak isteyen, fonlar sağlamak isteyen kişiler geliyor ve diyor ki Avrupa'da ya da Türkiye'nin şu bölgelerinde çeşitli fonlar yönettim, Türkiye'de örneğin çevre ile ilgili kurulacak şirketlere risk sermayesi yatırımı yapmak istiyorum diyor. iVCi amaçlarına bakıyor; amaçları, hedefleri uygunsa iVCi bu fona ortak olabiliyor. Belli bir katkı da orası sağlıyor. Bunların hepsi risk sermayesi adı altında işliyor. Bir takım da işbirliklerimiz var. Ben hızlıca bu risk sermayesi işinin nasıl çalıştığını anlatmak istiyorum. Bizim Teknoloji Yatırım diye bir şirketimiz var. Bunun bir yönlendirme komitesi var, büyük çoğunluğu iş adamlarından oluşuyor ve tecrübeli akademisyenler var. Bir yatırım komitemiz var, yönetim kurulumuzdan oluşuyor. Bir de Teknoloji Yatırım A.Ş yönetici şirketimiz var. Firmalar, sizin gibi girişimciler diyor ki şu alanda bir iş kurdum, bu işimi şu seviyeye kadar getirdim, şöyle bir finansman desteği sağlanırsa, bu işimi çok çok hızlı büyütme şansım var. Bize tabii bunu az önce hocamızın söylediği gibi bir iş planı ile beraber getiriyorlar. Ben bu işi kurdum, bu işin iş modeli şudur, şu şekilde çalışıyor, yenilikçi yönümüz budur. Ar-Ge desteklerimizde biz biraz daha bürokratik davranıyoruz. Burada bir bürokrasi yok, doğrudan Teknoloji Yatırım A.Ş'ye bir e-maile iş planınızın taslağını gönderebilirsiniz. Bizim orada bir ekibimiz var, arkadaşlar bu gelen iş planlarını inceliyorlar, değerlendiriyorlar eğer bir potansiyel görürlerse daha detaylı iş planı hazırlamak üzere sizi davet ediyorlar, bunun ardından değişik aşamalarda yatırım komitesinin görüşlerini alıyorlar. Yatırım komitesine sizin önerilerinizi sunuyorlar, eğer en sonunda ortaklık şartlarında anlaşabilirsek ki bu çok önemli, bizim vereceğimiz bedelin karşılığında ne kadarlık hisse alacağız, ne kadarlık hisse vermeyi göze alıyorsunuz, bunlarda anlaşabilirsek sizlerle anlaşma imzalanıyor ve şirketin ortağı haline geliyoruz. Adı üstünde ortak olduğumuz için sizin yaptığınız işlere de karışmaya başlıyoruz. Burada bizim nihai hedefimiz 250.000 dolar ile 750.000 dolar arasında bir destek sağlanıyor, firmalara yatırım yapılıyor. En nihayetinde sizlerle beraber bu işi yürütüp şirket belli bir potansiyele ulaştıktan sonra ya size hisseleri geri satabiliyoruz ya da İMKB'de açılması gibi (şu anda Türkiye'de çok mümkün değil bu tür araçlar) bir takım araçlarla şirketten TTGV olarak çıkmaya çalışıyoruz. Yatırım politikamız ise değişik ileri teknoloji alanlarında yatırım yapmaya yönelik Bunlar; biyo-teknoloji, sağlık, ileri malzemeler, diğer yüksek katma değerli pazar sektörleri, enformasyon ve iletişim teknolojisi. Buradaki kritik konu risk sermayesi fonları,

bu fonların hemen hepsinde aynı şeyi göreceksiniz, çok sayıda başvuru alırlar. 100 tane girişim varsa bunlardan dört ya da beş tanesi çok hızlı büyüme kaydeder, bir *google* bir *yahoo* olabilir. Bizde 780 firma ile görüşülmüş, bunların 480 tanesi ikinci aşamada daha detaylı başvuru hazırlamışlar. Ancak en nihayetinde yatırım yaptığımız 6 tane firma mevcut. Pek çok girişimci kendi fikirleri için evet çok güzel potansiyeli var diye bakıyor ama bu tür risk sermayesi şirketlerinin aradıkları en önemli kriter gerçekten hem insan kaynakları hem yönetsel olarak hem de fikir olarak fırlama yapabilecek çok ciddi rakamlar kazandırabilecek firmalar olmasına önem veriyor. Bunlar 6 yıllık bir süre içerisinde gerçekleşen destekler. Bu yüzden kime giderseniz gidin çoğunlukla bu tür risk sermayesi kuruluşlarının destekleyebileceği maksimum firma sayısı 10-15 civarındadır.

Hızlıca Ar-Ge desteklerinin geneli ile ilgili Türkiye'deki sistemden bahsetmek istiyorum. Sayın Valimiz bahsetti, 80'lerde 60'larda daha çok Hazine Müsteşarlığı'nın verdiği yatırım teşvikleri söz konusuydu. İthal ikamesine yönelik olarak bir takım destekler veriliyordu. Burada ciddi nakit destekler de veriliyordu. "Ben şuraya tuğlayı yığacağım bir tane Japon ya da bir Alman buldum, onların lisansı ile üretim yapacağım" diyen herkes nerdeyse o dönemde destek alabiliyordu. Bir de akademik Ar-Ge desteklerimiz vardı. Ben bunları sınıflandırmaya çalıştım. Temel bilimler alanında yapılanlar yani üniversitelerin yaptığı akademik çalışmalara verilen destekler var, ticari kuruluş ve girişimcilerin yaptıkları çalışmalara verilen destekler var. İç- dış ticaret, pazarlama alanına verilen destekler var. Bir de bu kurumlar arasındaki işbirliklerini sübvansetmeye çalışan birtakım destekler var. TTGV ve KOSGEB 1991 yılında kuruldu. Yani aslında devlet destekleri geçmişimiz sadece 20 yıllık bir dönem. İlk defa Ar-Ge desteğini veren kuruluşlar da TTGV ve KOSGEB'dir. Şu anda bunun haricinde 1994 yılında DTM kaynağıyla TÜBİTAK'ın başlattığı yine sanayi kuruluşlarına yaklaşık aynı şartlarda ama hibe desteği sağlayan TEYDEP- Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı var. Yaptığınız projenin yüzde 50'sini bizle aynı zamanda TÜBİTAK'tan da destek alabilmeniz mümkün. DTM'nin de İGEME aracılığıyla verdiği, tabii bunlar değişti, bugün artık Ekonomi Bakanlığı veriyor bu desteği, dış pazarlara açılmanıza için pazarlamaya yönelik destekler söz konusu. TTGV'nin ikinci Dünya Bankası projesi kapsamında verdiği destekler var. Bir teknopark yasası çıktı 2000'li yılların başlarında, bu yasada size Ar-Ge yapıyorsanız, teknolojik bir takım faaliyetler yapıyorsanız vergi indirimleri sağlıyor. Üniversite ile sanayiye bir araya getirmeye çalışan bir yasa. Bu hibe destekleriyle teknopark yasasındaki teşvikleri bir araya getirecek olursanız gerçekten Ar-Ge projeleriniz varsa nerdeyse yüzde 110'lara varan oranlarda devlet size destek sağlayabiliyor.



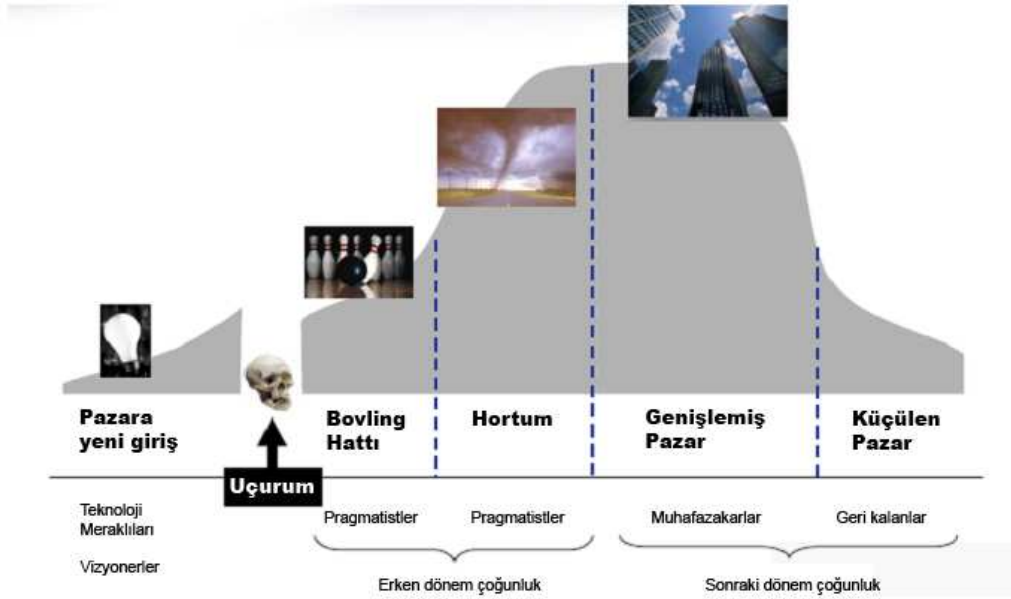
Yine bir başka konu biz 2002-2003 yılında 6. Çerçeve programına katıldık. Avrupa Birliği'nin yaptığı bu programa da projelerinizi gönderip oradan da hibe destek alabilme şansınız var, yine Ar-Ge olması şartıyla. Milli Eğitim Bakanlığı insan kaynakları konusunda bir çalışma başlattı 2004 yılında 5000 tane öğrenci yurt dışına lisansüstü burslu öğrenci göndermek hedeflenmişti. Ve 2004 yılında kurumlar vergisine yönelik olarak bir Ar-Ge desteği başlatıldı. Yani yaptığınız harcamaları, eğer Ar-Ge çalışması ise çalışmanız, artık yılsonunda kârınızdan düşebiliyorsunuz. Yine TÜBİTAK Kamu Araştırma Projeleri diye bir faaliyet başlatıldı. Kamunun ihtiyaçlarına yönelik girişimciler, firmalar, şirketler akademik kurumlarla bir araya gelip proje sunuyorsa bu projeleri yüzde yüz oranında desteklenebiliyor. TÜBİTAK 2005 yılının sonuna doğru KOBİ Ar-Ge diye bir proje başlattı, az önce bahsettiğimden büyük firmalar çok rahatlıkla yararlanabiliyor ama yüzde 60 oranında destek alabiliyorlardı. TÜBİTAK'ın KOBİ Ar-Ge'si ile bu oran yüzde 75'e çıktı.

Yine TÜBİTAK'ın teknogirişim diye bir desteği başladı. O dönemde girişimciler 100.000 TL'ye kadar eğer yeni teknoloji alanlarında girişim yapmak istiyorlarsa destek alabilir hale geldiler. SANTEZ üniversiteler ile sanayi kuruluşları arasındaki işbirliklerine verilen bir destek. Yine yüzde 75 oranında ama üniversitelerle birlikte geliştirilen projelere veriliyor ve bunu da Sanayi Bakanlığı veriyor. Kalkınma Ajanslarımız bu arada kurulmaya başladı. Kalkınma Ajansları da belki Ar-Ge değil ama ticarileştirme aşamasında destekler vermeye başladılar. İzmir Kalkınma Ajansı şu anda çok ciddi ticarileştirmeye yönelik olarak bir destek başlatmış durumda. Bu arada Türkiye olarak da biz artık bu sistemi öğrenmeye başladık. Değişik politika, strateji dokümanları oluşturmaya başladık. Bu dokümanlar doğrultusunda desteklerimizi veriyoruz. 2008-09 gibi Sanayi Bakanlığı teknogirişim desteği vermeye başladı. Toplam 10 milyon TL bütçesi var ve 100.000 TL'ye kadar hibe alınabiliyor iş kurarken ve bunun içine işletme giderleri de dahil. TÜBİTAK'ın desteğinde bunlar yoktu. Bir iş kuracağım diyorsunuz 100.000 TL size herhangi bir şart beklemeden eğer başvuran projeler içerisinde başarılı olursanız size nakit para

verebiliyor devlet. Vergi indirimi yasası iyileştirildi, vergi indirimleri oranları arttırıldı. Teknopark yasasında bir iyileştirme yapıldı ve bu yasayla birlikte Ar-Ge yapan girişimcilere ek avantajlar sağlanmaya başlandı. Şu anda TÜBİTAK'ın yeni bir desteği daha var. Yine üniversitelerle sanayi kuruluşları ortaklaşa proje yaparlarsa 500.000 TL'ye yakın bir mali destek sağlayabiliyor. 2011 yılında yine yeni strateji dokümanlarımız oluştu. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı diye yeni bir bakanlığımız oluştu. Bu resme baktığımız zaman ilk söyleyeceğim şey bu resim inanılmaz karışık. Ben gözümü bu işin içerisinde açtım, ben bile bu sistemin içerisinde nerde ne kadar destek veriliyor çok iyi bilemiyorum. Eğer bu sisteme girecekseniz destek almak istiyorsanız girişiminizle ilgili öncelikli önerim bölgenizde, belki bunu kalkınma ajansı yapabilir, yatırım destek ofisleri gibi size yardımcı olabilecek ve danışmanlık verebilecek kurumların olması gerekiyor. Bu sistemin içerisinde onlarca destek var ve yüzde 100'lerin üzerinde destek alma olasılığınız da var. Ancak bu destek programlarının yarısından bile haberdar olan sanayici ve işadami sayısı çok az. Bu bölgede öncelikle yapılması gereken şeylerden bir tanesinin bu programlar konusunda destek verebilecek bir birim oluşturulması olduğunu düşünüyorum. Bir başka konu da az önce söyledim. 60'larda 80'lerde herkese destek veriliyordu, ben ilk 1998'de TTGV'de işe başladım, o gün "ne güzel Ar-Ge projesi" dediğimiz işleri bugün "böyle Ar-Ge projesi mi olur" diyerek ilk aşamada reddedebiliyoruz. Sistemde beklentiler gittikçe yükseliyor. Bizde Samsun'dan gelmiş sadece birkaç proje var. Bu bölgede henüz teknopark tam olarak kurulamamış gördüğüm kadarıyla, bir takım teknik sorunlar çıkmış. Biran evvel bu bölgenin bir strateji hazırlayıp biz ne yapabiliriz nasıl bir sonraki aşamaya geçebiliriz diye bir strateji oluşturulmasında fayda olduğunu düşünüyorum.

65

Özellikle teknolojik girişimcilerle ilgili değişik modeller var. En önemli sıkıntı benim az önce bahsettiğim desteklerin tamamı nerdeyse- bir kurukafa görüyorsunuz buna ölüm vadisi, uçurum deniyor, o araya kadar olan alanla ilgili destekler.



Ürününüzü geliştirene kadar alabileceğiniz desteklerden bahsettim ben. Ancak bir sonraki aşamaya geçince birtakım destekler bulabiliyorsunuz. Türkiye’de risk sermayesi kuruluşları gelişmeye başladı. 1-2 milyon doların üstünde cironuz varsa, 1-2 milyon dolarlık yatırımlar yaparsanız bu aşamalarda destek alabilme şansınız var artık. Ancak uçurum bölgesi dediğimiz yer 250.000-500.000 dolar yani girişimcinin ne kuş ne de deve olduğu bir bölge, en fazla da kaybın yaşandığı bir bölgedir. Bu bölgede bir destek mekanizması yok. Belki kalkınma ajansı bu alanla ilgili bir destek mekanizması oluşturursa, Samsun’da girişimcilerin çok daha başarılı olma olasılığı olabilir diye düşünüyorum.

Nedim TUNA

KOSGEB Samsun Hizmet Merkezi Müdürlüğü KOBİ Uzmanı



Konuşmama başlamadan önce kurumum hakkında çok kısa bir bilgi vereceğim. 1990 yılında kanunla kurulan KOSGEB Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Ankara'da bulunmaktadır. KOSGEB şu an 67 ilde örgütlenmiş durumda. Bu iller arasında Samsun da var. Bu örgütlenme sırasıyla ve tarihsel anlamda devam etmekte. Normalde girişimcilik anlamında desteklerimiz iki türlü. Biz teknolojik Ar-Ge ve inovasyon ağırlıklı destekleri bu sempozyum içerisinde düşünmedik. Yatırımımız normal faaliyetlerini yürütecek girişimcilerle ilgili. Bir eğitim silsilesinden geçen, sonra vergi mükellefi olup bize başvuru yapan işletmeleri destekleme yönünde bilgiler vereceğim. Şimdi normalde programın gerekçesi anlamında bakıldığında ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözülmesinde temel faktör olan girişimlerin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması söz konusu. Başarılı ve sürdürülebilir işletmelerin kurulması, Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması, İş Geliştirme Merkezlerinin kurulması ile girişimciliğin geliştirilmesi, istihdamın artırılması, yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi hedefleniyor. Normalde program KOSGEB'in 7 programından bir tanesi. Girişim Destek programı adı altında geçiyor. Bu program 3 alt program başlığından oluşuyor. **Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, Yeni Girişimci Desteği, İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği.**

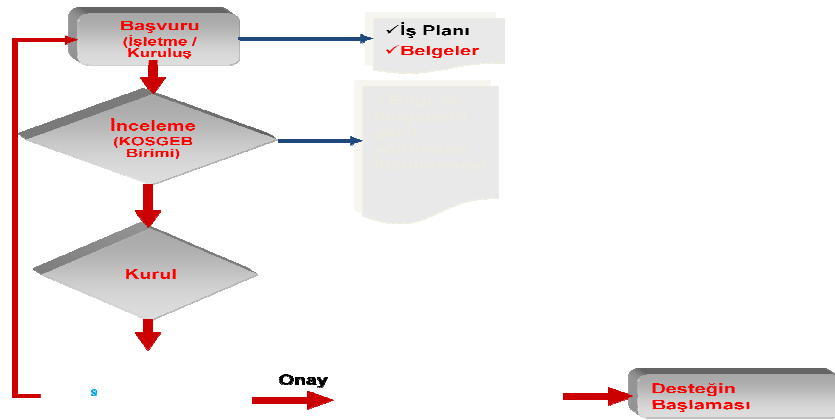
Normalde uygulamalı girişimcilik eğitimi minimum 60 saatlik eğitim ve atölye çalışmasından oluşan eğitim programını kapsıyor. Burada sektörel veya branşsal anlamda bir eğitim söz konusu değil. Normalde girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri egzersizleri yapılması ve iş planı hazırlanması ile ilgili bir süreç yaşanıyor. Ek olarak atölye çalışmaları da eklenebiliyor.

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri KOSGEB veya diğer kurum ve kuruluşlar, üniversite, İŞKUR, meslek kuruluşu, belediye vb. kurumlar tarafından yapılabiliyor. Eğitimler, genel ve özel hedef grupları -gençler, kadınlar, dezavantajlı gruplar gibi düzenlenebiliyor. Eğitim programlarımızdan herhangi bir katılım ücreti alınmıyor. Yeni girişimci desteği adı altındaki destekten yararlanmak için ön şart olarak uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayan, işini kuran girişimciler ve İŞGEM'lerde yer alan girişimciler yararlanabiliyor. Sonuçta destek unsurlarına gelindiğinde yeni girişimci desteği; işletme kuruluş desteği, kuruluş dönemi makine, teçhizat ve ofis donanım desteği, işletme giderleri desteği ve sabit yatırım desteğini içeriyor. İlk üçü geri ödemesiz destekler. 3. ve 4. Bölgede yüzde 70'i sırasıyla 5.000 TL, 10.000 TL, 12.000 TL. Sabit yatırım desteği de yüzde 70'i

70.000 TL ve kadın/özürlü girişimcilerde bu oran yüzde 80'e çıkıyor. Geri ödemeli bu destekte ön şartımız teminat mektubu olması. İşletme kuruluş desteği adı altındaki bu destek iki tane ana başlıktan oluşuyor. Bir tanesi işletmenin kuruluş dönemindeki işletme giderleri, diğer kısmı da danışmanlık gideri. Bu eğitim silsilesinden sonra merkezimize başvuru, bir iş planı çerçevesinde yapılıyor. Bu iş planının hazırlanması esnasında danışmanlık hizmeti alabiliyorsunuz. Kuruluş dönemi makine, teçhizat ve ofis donanım desteği de kuruluş döneminde ihtiyaç duyacağınız makine, teçhizat ve ofis donanımı içeriyor. İşletme giderleri desteği işletme kurulduktan sonra KOSGEB'de değerlendirme yapıldıktan sonra personel, elektrik, su, telekomünikasyon ve ısıtma giderlerini kapsıyor. Destekleri 12 ay içerisinde veya 24 aya yayarak aylık 1000 TL'yi geçmeksizin alma şansınız oluyor.

Diğer bir destek kalemi iş geliştirme merkezi desteği. Samsun'da kurulu bir iş geliştirme merkezimiz mevcut. İş Geliştirme Merkezleri, bünyesinde barındırdığı işletmelere, işletme geliştirme danışmanlığı, uygun koşullarda iş yeri mekânı, ortak ofis ekipmanı, ofis hizmetleri gibi hizmetler sunarak işletmelerin en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan ve işletilen merkezlerdir. İşletme Geliştirme Merkezlerinin kuruluş başvurusu; belediyeler, üniversiteler, özel idareler, kalkınma birlikleri, meslek kuruluşları ve kar amacı güzetmeyen kooperatifler tarafından münferiden veya birlikte yapılabilir. Bu bahsettiğimiz kurum ve kuruluşların alacağı destekler İŞGEM Kuruluş desteği adı altında 18 ay sürüyor. Bina tadilatı, mobilya donanım, İŞGEM yönetim giderleri karşılanıyor. Diğer destek ise işletme desteği, 36 ay sürüyor. Her iki destek de geri ödemesiz olarak veriliyor. Personel, eğitim, danışmanlık ve küçük tadilatları içermekte. Sonuçta bize bir iş planı ile gelip girişimcilik destek programına başvuru yapanlar için bakıldığında öncelikle bir iş planı çerçevesinde yürütülüyor. Bu iş planınızın merkezimizde değerlendirilmesi, bilgi ve belgelerin şekil yönünden incelemesi yapıldıktan sonra merkezimizde bir kurul gündemi oluşuyor. Bu kurulda 3 tane merkez müdürü eşlik ediyor. Kuruluş dönemindeki giderleri karşılaması anlamında iş planınız değerlendiriliyor. Bu değerlendirmeden sonra kabul yazısıyla beraber sizden bir taahhütname imzalamanız isteniyor. Taahhütname imzalandıktan sonra başvurduğça destekleri alabiliyorsunuz.

İŞ AKIŞ ŞEMASI (Yeni Girişimci ve İŞGEM Destekleri)



KOSGEB'in girişimcilik desteği adı altındaki eğitimlerinden bahsetmek istiyorum. 2011 yılı içerisinde KOSGEB'in bizzat düzenlediği Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nde ve Sinop Üniversitesi'nde birer eğitim bulunmakta.

30 kişi eğitime katılmış ve mezun olmuş. şu an 60 kişi sertifika sahibi. KOSGEB-İşKUR protokolü kapsamında Samsun'da 21 adet eğitim yapılmış. Eğitime katılan kişi sayısı 545 ve şu an 5 eğitim devam etmekte olup 125 kişi eğitim sonrasında sertifika sahibi olacaktır. Sinop'ta 2011 yılı içerisinde 4 eğitim gerçekleştirilmiş, 100 kişi belgesini almış durumdadır. şu an KOSGEB-Vezirköprü Kaymakamlığı Protokolü Kapsamındaki bir eğitim devam etmekte. Protokol sonrası 30 kişi eğitim almıştır. Bu destek süreçleri çerçevesinde KOSGEB'in mezun olup sertifikasını alan girişimciler çerçevesinde 2011 yılı içerisinde başvuru yapan girişimci sayısı 120 olmuştur. 30 Eylül itibariyle geri ödemesiz destek tutarı 1.367,735 TL'yi ve geri ödemeli destek tutarı 630,270 TL'yi bulmuştur. Saygılar sunarak sözlerime son veriyorum. Teşekkürler.

Konuşmalarından dolayı Sayın Tuna'ya teşekkür ediyör ve soru cevap bölümüne geçiyoruz.

Soru: Bu desteklerle ilgili sonuç ve etkilerine ilişkin değerlendirme mekanizması mevcut mu?

Nedim TUNA: Normalde işletmeler bize başvuru yaptığı zaman bir veritabanımız mevcut. Bu veritabanına kayıt oluyorlar. Daha sonra bu işletme için bir uzman atanıyor ve bu uzman birebir bu işletme ile alışıyor. Dönemsel olarak belli raporlar oluşturuluyor.

İhsan Karataylı: Geçtiğimiz yıl KOSGEB bir etki değerlendirme çalışması başlatmıştı. TTGV de yapıyor bunu. TTGV tarafından en son değerlendirme çalışması 2008 yılında yapıldı. Ondan önce 2001 yılında bir çalışma yapılmıştı. Verilen desteklerle Ar-Ge faaliyetlerinin artışı arasında bir ilişki var mıdır yok mudur bu belirlendi. Çok ciddi ekonometrik modeller kullanıldı burada. Bir ilişki bulunuyor.

Soru: Bundan sonraki eğitim takvimi nedir KOSGEB'in?

Nedim TUNA: Belli bir periyodu bulunmamakta ama OMÜ Rektörü ile görüşmelerimiz sürmekte, bu yıl içerisinde bir eğitimimiz olacak OMÜ içerisinde. İşKUR ile ilgili eğitimler devam etmekte aynı zamanda. Web sayfasından bilgi alamıyorsunuz ama bizimle görüşebilirsiniz bu eğitimlerle ilgili. Bafra Ticaret Odası ile imzaladığımız protokol çerçevesinde de bir eğitim düzenlenecek.

Soru: En son Eylül ayında İşKUR'dan girişimcilik destek programı ile ilgili bir eğitim alındı. Ben bir form doldurdum bu eğitim için ama bana bir dönüş olmadı ve bu yüzden KOSGEB'e mail atarak başvuru ve seçim kriterlerini sordum. Benim bir geri dönüş alabilmem için ne yapmam lazım?

Nedim TUNA: Bu eğitim ile ilgili olarak İşKUR'a danışmanız gerekiyor. Eğitim organizasyonunun yapılmasında ve eğitim hizmet alımında birebir muhatabı İşKUR. Yeni protokole eklenen bir madde, KOSGEB'den komisyon çerçevesinde birer arkadaşın eşlik etme şansı veriyor. Bütün başvurulara cevaben işlem yapılıyor. İşKUR'un kendi sayfasında bu listeler yayınlanıyor.

Soru: KOSGEB'te eğitim alıp projemizi sunduktan sonra bize kredi vermeniz için sadece bir iş planı mı oluşturmamız gerekiyor yoksa başka bir şart bulunuyor mu?

Nedim TUNA: İlk önce eğitim almanız şart. Sertifika aldıktan sonra işinizi kurabiliyorsunuz. Bizim işletme sahiplerine ve yeni iş kuracaklara işinizi kurmaya yakın bir iş planı ile birebir çalışma yapmalarını tavsiye ediyoruz. İşinizi kurmadan iş planınızın belli bir kısmı oluşsun. İş planınızın onaylanması ile iş kurma aralığı ne kadar uzarsa o kadar sıkıntılı oluyor. Niye dersiniz yatırımlarla ilgili bir şey yazıyorsunuz, bizim için iş planının

kurul tarafından onaylanması ve taahhütname imzalanması temel alınıyor. Kuruluş dönemi giderlerini bu taahhütname öncesinde yapıyorsunuz zaten. Bunlar için yüzde 70 ya da 80 destek alıyorsunuz. Makine ekipman ve işletme giderleri adı altındaki destek ise taahhütnameden sonra gerçekleşecek olan faturalandırma oluyor. Desteklerle ilgili sizin yaptığınız harcamalarla ilgili olacağı için belli makbuzlar, faturalar ve vb. belgeler bizim muhatap alacağımız belgeler oluyor. Ya ödemeler sizin tarafınızdan yüzde 100 ve KDV'si ödenerek hibe kısmı size dönüşüm sağlanıyor ya da makine tesisat desteğinde yüzde 20 ya 30 ve KDV yatırıp yüzde 70 ya da 80 direkt tedarikçiye destek olarak ödeminize başvuru esnasında belirleyebiliyorsunuz.

Serdar Sayan: Benim sık sık aldığım bir soru var. İş planı ile ya da bir iş yükü ile size desteklerinizden yararlanmak üzere başvuran girişimcilerde şöyle bir kaygı olduğunu duyuyorum. Biz başvurduk, dosyamızı teslim ettik, desteklenmeyeceği bize bildirildi. Daha sonra iş fikrimiz çalındı ve başka birileri başka yerlerden destek alarak kullandı. Bunu önlemek üzere ne yapılabilir?

Nedim TUNA: Aslında bu büyük bir risk bunu önlemek için biz oluşturulan kurula bir gizlilik taahhütnamesi imzalatıyoruz. Tabii yüzde 100 önlenebiliyor mu dersiniz, önlenemeyen durumlar da oluyor. Bugüne kadar Samsun'da bir dilekçe almadık biz.

İhsan KARATAYLI: Bu konu her türlü finansman için geçerli olan bir konu. Biz de TTGV olarak KOSGEB gibi ortaklık bazlı gidiyoruz. Karşı tarafla imzaladığımız gizlilik sözleşmelerimiz var ama fikri mülkiyet ile ilgili korunması gereken konuları korumak görevi girişimcidedir. Bunun çalındığında ciddi sıkıntı oluşturabileceği için kendisinin tedbir alması gerekiyor. Projenizle ilgili kritik konular varsa ne kadarını aktaracağınız size bağlı. Ama fikriniz çalındığı zaman bizden mi çaldı çalmadı için mahkeme sürecini başlatmak gerekiyor. Ancak belirtmek gerekir ki gelen projelerin yüzde 99,9'nda patentlik bir şey de olmuyor.

Soru: Şimdi KOSGEB'in bir kuralı var. Herhangi bir proje ile başvurduğunuz zaman eğer kabul edilmediyse aynı kişi aynı projeye başka bir merkeze başvuramaz. TEKMER'e Samsun'da bir Ar-Ge İnovasyon desteğine başvurduğum. Reddedildi, daha sonra İstanbul'da bir merkeze başvurduğum. Burada kabul edildi, sözleşme aşamasına gelindi. Ama KOSGEB'e kaydımın Samsun'dan olduğu ve daha önce bu projeye başvurduğum için daha sonra reddedildi. Proje kötü olsa idi hiç kabul edilmezdi, ilkinde başvuran ben değildim, bir üniversite öğrencisi idi. Ben potansiyel ortak olarak görülmüyordum. En son kurula yazdım ve siz de Samsun'da reddedildiği için reddetmeyin dedim. Bir kurulun kabul etmemesi öbür kurulun kabul etmeyeceği anlamına gelmez.

Nedim TUNA: Sizin önerinizin dile getirilip yönerge ve yönetmeliklerin bu şekilde değiştirilmesine ihtiyaç var. Müdürlüğümüze yine konu ile ilgili başvurabilirsiniz.

Soru: Türkiye'de TTGV altı yılda altı proje kabul etmiş. Bu bize proje başvurusu yapmayın demek değil mi?

İhsan KARATAYLI: Altı proje kabul eden Teknoloji Yatırım A.Ş. TTGV'nin rakamları daha yüksek. Bizim verdiğimiz destek yıllık 20 milyon dolar civarında. Teknoloji Yatırım A.Ş risk sermayesi vermek üzere kurulmuş olan bir firma. Bu tür risk sermayesi kuruluşlarının yatırım olasılıkları çok düşüktür. Yani 800'e yakın projenin içerisinde 6 tanesini biz gerçekten yatırım yapılabilir olarak görmüşüz. Türkiye'de 40'a yakın risk sermayesi kuruluşu var. TTGV ise proje bazlı Ar-Ge desteği veriyor.

BAŞARILI GİRİŞİM ÖRNEKLERİ

Gülden YILMAZ

TOBB Genç Girişimciler Kurulu Üyesi



İzleyicilerimizin bir kısmını kaybettik ama yine de bu konferansı düzenleyen Orta Karadeniz Kalkınma Ajansına gerçekten çok teşekkür ediyorum. Girişimcilik benim kartvizitimde yazılı ikinci bir özellik haline geldi, Koton'dan belki de öyle geçti diyebilirim. İçinde girişimcilik geçen her şey beni çok heyecanlandırıyor, konuşmamın sonunda biraz bu noktaya ilgili bilgi vereceğim. Bugün sizlerle kendi girişimcilik hayatımdan da yola çıkarak bir girişimcilik tarifi yapmaya yola çıkacağım ve girişimciliğin olmazsa olmazlarından söz edeceğim.

Şöyle diyebiliriz: Girişimcilik öncelikle henüz ortada olmayan bir hedef, bu başarı para, servet olabilir ve bunları yaratacak bir fikir için hareket edebilmeyi ve bunun için motive olabilmeyi gerektirir. Bir nevi self-motivation diyebiliriz buna, bu da hayal edebilmeye bağlıdır aslında. Yani her şeyden önce bir girişimci hayalperest olmalıdır. Hayal dünyasında yarattığı bir hedefin peşinden gidebilecek kadar kuvvetli hayal edebilen, hayal ettiği şey için de hareket edip bir sürü engele karşı motivasyonunu sürdürebilecek kadar hayaline inanan bir kişilik, yani tam bir hayalperest aslında, tarif ettiğim.

Diğer taraftan girişimci, hayalini sağlam temellere oturtmazsa, analiz yeteneği yoksa başarı ihtimali oldukça düşük olur, bunu hepimiz tahmin edebilirsiniz. Yani girişimci hem hayal etmeyi hem de analiz etmeyi becerebilmelidir. Bir nevi analitik hayalperest, bu da benim literatüre kazandırdığım bir terimdir, yani bir yerlerde duyarsanız benim olduğunu bilin. Bu iki özellik genellikle bir birine karşıt iki özellik gibi ortaya konur fakat bunlar birbirini tamamlayan ve herhangi bir girişimin olmazsa olmazlarıdır. Yani hayal yoksa hedef yoktur, analiz yoksa da hedefiniz hayal dünyasında kalmaya her zaman mahkûmdur. Girişimci birbirinden her zaman farklı gözükürken bu iki özelliği içinde barındıran bir nevi bu iki özelliğin çelişmesini kendi içerisinde çözebilen, çelişkiden güç yaratan, karşıt gibi gözükürken bu iki yetenekten hareketle hedefe uyumlu davranabilen kişidir. Diğer taraftan girişimci tutkulu ve iyimser olandır, son zamanlarda hayata iyimser olmanın, iyi şeylere inanmanın başlı başına bir değiştirme gücü olduğuna dair inancı olandır. Son zamanlarda birçok kitap yayınlandı siz de okumuşsunuzdur, artık birçoğumuz şuna inanıyoruz ki artık iyi şeylerin olması için önce bu iyi şeylere inanmak gerekiyor. Bu inanç ve iyi şeylerin olabileceğine dair kuvvetli beklenti hayalperestliğin uç noktası yani iyimser hayalperestliktir, şu an çok hayali konuştuğumun farkındayım aslında ama inanın ben bunları kendi geçmişimde yaşadım ve bunları yaşamış bir kişilik olarak konuşuyorum. 1988 yılında Kuzguncuk'un ara sokaklarından birinde 25 m²lik bir mağazada ihracat fazlası satarak başladığımız yıllarda sermayemiz ki ortağım vardı o zaman, bugünün parasıyla 4000 dolar civarındaydı, 1000 dolar da kayınpederimden borç almıştım, yani ciddi anlamda paramız yoktu. Eşim subaydı, deniz subayı, ben de eğitim uzmanıydım okulda yani giyim moda ve benzeri konularında hiç bir deneyimimiz yoktu aslında, moda perakendeciliğine dair ilişkilerimiz, tanıdıklarımız da yoktu üstelik. Sadece iki şey vardı: Şartlarımızı değiştirme isteği ve değiştirebileceğimize dair olan inanç. İyi şeylere inanmak bizim hayatımızda her zaman gerçekten çok

önemli şeylere yol açtı. Şimdiye kadar hayalperestlikten, tutkudan, iyi niyetten ve inançtan bahsettim. Bunlar gerçekten girişimcinin hayatında çok önemli şeyler. Fakat tabii ki yetmiyor. Bunların yanında tutarlı olabilmek de çok önemli, tutarlı ve odaklı olabilmek. Bizim hayatımızda, Koton'da, hedefleyip yapamadığımız hemen hemen hiçbir şey olmamıştır. Tatmin edilmemiş müşteri ihtiyacını algıladığımız takdirde, eğer bu ihtiyaç üzerinden bir ticari hacim yaratabileceğimizi görürsek, bunu projelendirir ve harekete geçeriz. Başarıya ulaşına kadar da hedeften sapmayız. Örneğin, küçük bir örnek vermek istiyorum; plaj giysisi- swimwear diyoruz adına ya da beachwear diyebiliriz- Türkiye ve dünyada büyük bir potansiyel taşıyor biliyorsunuz. Biz bunu fark ettikten sonra yaklaşık bir sene hazırlanarak Türkiye'nin belki de en büyük koleksiyonunu ortaya çıkardık. Belki de dünyada da bir ilk olabilir. İnanıyorum buna, biraz piyasayı bildiğim için. Bu bir senelik çalışma yaklaşık 2009 yıllarına denk düşüyor. Plajın insanların hayatında gerçekten önemli bir şey olduğunu ve insanların hayat tarzlarını plajda aslında yansıtmak istediklerini fark ettiğimiz zaman bunu araştırmaya başladık. Çok güzel yöntemlerimiz var Koton'da yıllar önce geliştirdiğimiz. Plaj gözlemleri yaptık. Bütün marka yöneticisi arkadaşlarımız değişik plajlara gittiler, orada değişik müşterileri analiz etmeye çalıştılar. Müşteri odak grupları oluşturduk ve büyük bir çeşitlilikle yaklaşık 450 modelden oluşan- yalnızca mayo ve bikini içeren- bir beachwear koleksiyonu. Bunun üzerine tekrar bu mayoları tamamlayacak aksesuarlar ve plaj giysileri tasarladık. Bunlarla beraber 1000 parçalık bir koleksiyon oluşturduk. Aslında tüm bu anlattıklarımın sonra şunu söylemek istiyorum. Neyi yaptığından daha önemlisi nasıl yaptığınıdır. Bazen bunu düşünmüyoruz. Şöyle yine plaja dönerek bir örnekle anlatmaya çalışayım. Sektörümüze baktığımız zaman –yani bu konuda çalışan sektördeki oyunculara baktığımız zaman- birçok koleksiyon olduğunu görebiliriz. Yüzlercesi var aslında. Çok fazla çeşitlilik var. Fakat bizim koleksiyonumuz rakiplere göre gerçekten en zengin çeşitlilikte ve fiyatı rakiplere göre gerçekten en uygun. Kumaş çeşitliliği, desen çeşitliliği ve inanın kumaşların pek çoğu İtalya'dan geliyor. Böyle bir koleksiyon hazırladık. Aslında şunu söylemek istiyorum. Eğer hangi işi olursa olsun –herhangi bir işten bahsediyorum- çok iyi yaparsanız mutlaka başarıyorsunuz. Zaman zaman şirketler için en önemli şeyin hiç kimsenin fark etmediği bir stratejiyi ortaya çıkarmak olduğu kabulü ile stratejiyi bulmak için çok miktarda zaman harcanır. Daha sonra da bu bulunan stratejinin hayata geçirilmesi için yeterince zaman, para, emek harcanmaz. Sonucu tahmin etmek aslında çok kolay: Başarısızlık. Oysa dünyadaki bütün parlak iş fikirlerini başarıyla hayata geçirmiş girişimcilerin ortak noktası çok iyi uygulamalar yapan şirketler yaratmalarıdır. Bunu gerçekten hiç unutmamanızı - bunları tecrübe etmiş bir kişi olarak- söylüyorum. Ve diğer yandan sabahtan beri de dinliyoruz. Girişimcinin diğer bir olmazsa olmazı inovatif olmasıdır. Biraz popüler bir laf haline gelmeye de başladı zaman içinde. Aslında tehlikeli de olabiliyor ama inovasyon gerçekten önemli, doğru şekilde algılasak eğer. Ticaret yaparken hedefleriniz her zaman müşteriye ve fırsatlara odaklı olmalıdır. Rakibe odaklı stratejiler, taklit etmeye dayalı yaklaşımlar geçici başarılar yaratabilir. Ama hiçbir zaman en iyiyi yaratamaz. Başkalarının yaptıklarını yaparak bulunduğu pozisyonda lider olanın yaptıklarına odaklanarak gidebileceğiniz en iyi yer, en iyi pozisyon liderden sonraki ikinci nokta olabilir. Oysa girişimci bulunduğu pozisyonda en iyi olmayı hedeflemelidir. Bu da ancak müşteri ihtiyaçlarına ve pazardaki fırsatlara odaklı inovatif bir yaklaşım ile mümkündür. Bunu da yine Koton'dan bir örnekle örneklendirmek istiyorum. Şöyle başlayayım. Türkiye'de ekonomik gelişim ve kuvvetli Türkiye algısı bizlerin kendimize olan güvenini artırdı, geliştirdi. Değerlerimizi sadece geleneksel olanları ile değil, yeni olanları ile de daha fazla önemsemeye başladık. Türkiye artık tersine beyin göçü alan bir ülke görüntüsü veriyor. Buradan hareket ile Koton'da biz, modern Türkiye'ye ait ve bizler

için kıymetli olan hangi fikirler ile müşterinin gözünde nasıl farklılaşabiliriz sorusunu yanıtlamaya çalışıyoruz. Bunu devamlı yapıyoruz inanın. Böylece yeni bir koleksiyon yaptık. Belki bazılarınız hatırlayacaklar geçtiğimiz sezon: Türkan Şoray koleksiyonu. Türkan Şoray Türkiye'deki tüm kitlelerce -yaş farkı sosyal sınıf farkı gözetmeksizin- gerçekten çok sevilen bir değerimiz. Biz de bunu fark ettiğimizde aslında hem böyle bir değerimizi anmak hem de biraz önce yukarıda söz ettiğim değişen Türkiye algısına da uygun bir pazarlama modeli olacağını düşündüğümüz için yaklaşık 50 parçadan oluşan bir koleksiyon yaptık. Ve geçtiğimiz yaz dönemi içinde zannediyorum, Nisan ayında lansmanını yaptık. Yaklaşık 4 aylık satış adetlerini vermek istiyorum. 70 bin adet Türkan Şoray t-shirtü sattık.

Girişimci var olanla yetinmeyen, şartlarını ve çevresini değiştirme isteği ve motivasyonu olan kişidir aynı zamanda. Bir nevi dünyayı değiştiren kişi, dogmalara meydan okuyan kişidir. Girişimcilik dogmaları sorgulayan, dünyayı değiştirme gücüne sahip olmayı gerektiren bir şey. Bilirsiniz çok kullanılan bir deyim var. "Tek tek ağaçlara bakarsanız ormanı göremezsiniz." Oysa etrafımızda her gün her şey oluyor. Hayat akıp gidiyor. Bizlerin özellikle ekonomik hayat içinde etrafımızda devamlı değişen birçok şeyden yani tek tek ağaçlardan onların şeklinden, cinsinden, sağlık durumundan sonuçlar çıkartarak ormanın durumunu algılamamız gerekiyor. Bir nevi hayal gücü yeteneği geliştirerek bulunduğumuz seviyenin üstüne çıkıp olaylara yukarıdan bakma imkânı sağlayan sentez yeteneğimizi geliştirerek ormanı, büyük fotoğrafı görmeye çalışmamız lazım. Eğer dogmalarınız yoksa yeniliklere açık bir kültür de geliştirebilirsiniz şirketinizde. Değişebilmek, öğrenen organizasyonu yaratmak, zamana dayanabilen sürekli şirketleri yaratmak için gerçekten çok önemlidir. Girişimcilerin hedefleri öncelikle kendilerine, çevrelerine ve topluma fayda sağlamak olmalıdır. Özellikle topluma fayda sağlama hedefinin hayata geçmesi başlatılan bir girişimin uzun vadeli olması, istihdam, vergi geliri, sosyal sorumluluk projeleri, ülke imajına yapılan olumlu katkı ve en nihayet dünyayı değiştirme ve toplumu dönüştürme gücü ile maksimize olur. Bir taraftan uzun yıllar başarılı olacaksınız, bir taraftan değişen ekonomik şartlara, yeni pazarlara, teknolojilere değişime ayak uyduracaksınız, sizce bu mümkün olabilir mi, diye sormak istiyorum. Bence bu sorunun tek bir cevabı var: Değişebilen öğrenebilen kendini yenileyebilen bir firma kültürü yaratmak. Bütün yöneticilerin asıl hedefi gerçekten bu olmalı. Günü kurtaran kısa dönemli kararlar ile sınırlı hedefler koyan yöneticilerin başarıları, kendi yönetim süreleri ile sınırlıdır. Yapılan birçok araştırma karizmatik yöneticiler ve karizmatik liderler ile yönetilen şirketlerin, bu liderlerin arkasından performans düşüklükleri yaşadığını gösteriyor. Oysa takım kurmaya ve takımın kendisini geliştirmesine, öğrenmeye odaklanan yöneticilerin şirketleri -ki bu yöneticiler karizmatik olmayabilirler- değişen zaman ayak uydurabiliyor. Yalnızca problemleri çözmeye değil, problemleri çözecek sistemi kurmaya ve uzun vadeli öğrenen kurum kültürü yaratmaya odaklı anlayışla ancak asırlarca başarılı olabilecek şirketler yaratabiliyor.

Girişimcinin hedefi; organizasyona balık tutmayı, hatta değişik balıklar, değişik oltalar imal etmeyi öğretmek olmalıdır. İnanıyorum ki ülkemizin asırlarca dayanacak şirketlere gerçekten çok ihtiyacı var. Bu da yeni değişen girişimcilik kültürümüzü ayağa kaldırmakla olacak. Girişimcilik adına ülkemizin bir politika geliştirmesiyle olacak. Buna da gerçekten çok inanıyorum.

Son olarak girişimcinin büyük hedefleri olmalıdır diyorum. Şöyle düşünün; Atatürk büyük bir hedef koymasaydı ve buna inanmasaydı Kurtuluş Savaşı'nı kazanma olasılığı var mıydı gerçekten. Oysa 19 Mayıs 1919 bağımsızlık, hatta bağımsız Cumhuriyet fikri o tarihte ne kadar gerçekçi görünüyordu. Buna şöyle bir ek yaptım konuşmama

Samsun'da olduğum için, oysa o gün burada Samsun'da olan ve hedef koyabilen kişi büyük önder açısından aslında çok gerçekçiydi bence. Kuzguncuk'ta 1988 yılında 25m²lik mağazamızda şöyle bir hedefimiz vardı. Salı pazarından ucuz ve bol çeşitli olacağız, bizim o küçücük mağazamız için çok büyük bir hedefti ve mümkün de görünmüyordu aslında ama o hedef bizi o kadar çok çalışmaya ve kendimizi aşmaya yöneltti ki, ortaya sonunda bugünkü Koton çıktı. Şimdiki hedefimiz yani en son hedefimiz global marka olmaktı. Hemen şunu hatırlatayım; 2000 yılında bizim sadece 10 mağazamız vardı, Türkiye'de bugün ise 24 ülkede 84'ü yurtdışında olmak üzere 280'in üzerinde mağazamız var. Geçmişe bakınca global marka hedefi bize daha mümkün görünüyor artık. Evet Samsun'lu girişimciler ve girişimci adayları genç arkadaşlarım, biz geçtiğimiz aylarda bu hedefimizi yeniledik ve şöyle dedik; hedefimiz 2023 yılında Türkiye'nin Cumhuriyetin 100. kuruluş yıldönümünde global fortune 500'e girmek ve bu şirketlerden biri olmak. Belki kafanızda tasarlayabilmeniz için şöyle söyleyebilirim, o günkü zamanla söylemek istiyorum; bugünkü zamanla biraz daha rakamlar küçük. Global fortune'un 499. şirketi herhalde o zamanlar için 5-6 milyar dolar seviyesinde bir şirket olacak. Biz de bu listenin içinde yer almak istiyoruz. Bunun için var gücümüzle çalışacağız. Öğrenen organizasyon ile uzun yıllar topluma faydalı olacak bir şirket yaratacağız umarım.

Hepinizi saygı ve sevgiyle selamlıyorum. Çok teşekkür ediyorum.

Yeşim KIYICI

Samsun TSO Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı



Çok değerli konuklarımız ve genç arkadaşlarımız; öncelikle bu gün öğlen vaktinden bu saate kadar kalıp Kerem beyle beni dinleme inceliğini gösterdiğiniz için hepinize ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

2007 yılında Rifat Hisarcıkıoğlu'nun TOBB içinde erkek iş adamlarından oluşmuş iş dünyasında artık iş kadınlarının da yer almasının gerekliliğini düşünerek oluşturduğu bir kurulun biz de Samsun TSO kadın girişimciler kurulu olarak bu görevi devralmış bulunarak çalışmalarımıza devam etmekteyiz. Neden kadın girişimciler kurulu kurulması gerekti? Ya da neden kadın girişimciler kurulu adı altında böyle bir kurumun oluşturulmasına gerek duyuldu? Türkiye nüfusuna bakıldığı zaman kadın ve erkek nüfusunun birbirine eş oranda olması fakat iş gücüne katılmış olan erkek nüfusunun yanında iş gücüne katılmış kadın nüfusunun çok az sayıda olması, ekonomik şartların değişiminin artık kadının da iş dünyası içinde yer alması gerektiğini, önce kendi ekonomisine daha sonra ülke ekonomisine katkı sağlaması ve bu katkıyla birlikte önce kendini geliştirip sonra, yetiştireceği yeni nesillerin de bu gelişimle birlikte Türkiye'de çok daha değerli yapıtaşlarını oluşturacağı inancındayım. İşte bu amaçlarla kurulumuz çalışmalarına başladı. Biz çalışmalara başladığımız, kurulduğumuz ilk günden itibaren şöyle bir profil izledik; girişimci olmak, girişimciliği taşımak ya da girişimciliği sizlerle paylaşıp bu yönde teşvik etmek adına neler yapabiliriz. İlk önce şehrimizin kadın profilini çıkartmamız gerektiğine inandık. Yakakent'ten başlayan Terme kıyılarına kadar uzanan bir sahil şeridi, bunun yanı sıra Havza, Kavak, Vezirköprü hattındaki bir kırsal alana uzanan Samsun şehri içerisinde, kadının çeşitli profillerde farklı farklı sorunları olduğunu ve istihdama yöneltirken bu sorunlarla onların kendi becerileriyle birleştirip çözümlenerek onları istihdama davet etmemiz gerektiğini düşündük. Bu konuların birleşiminde faaliyetlerimize başladık, ilk faaliyetlerimiz hep farkındalık toplantıları, paneller, çalıştaylar düzenlemek biçimindeydi. Bunları çok önemsiyoruz, çünkü görüyoruz ki bir takım kuralları bir takım verileri sadece bilmek iş dünyasına atılmak için yetmiyor. İş dünyası çok daha farklı burada; bu sıralarda sizler çok şanslısınız, ben sizleri öyle görüyorum. Çünkü her yönden teşvik ediliyorsunuz. İşin akademik kısmını öğreniyorsunuz, işin akademik kısmıyla gerçek hayattaki işleyişine geçtiğiniz zaman, sizleri bu işleyişte bilinçlendirmek, gerçek iş dünyasıyla tanıştırmak ve bu işleyişin aslında akademik bilgiyle birleşmesinin ne kadar önemli olduğunu gösterebilmek amaçlı bir takım toplantılar yapıyoruz. Bunda üniversitemizin çok değerli hocalarından faydalanıyoruz. Onlarla birlikte sizlere düzenlediğimiz çeşitli paneller ve çalıştaylarda bu konuyla alakalı bilgiler vermeye çalışıyoruz. Sizlerin yanı sıra hayatta hiç evinden çıkmamış belki de ekonomik hayata hiç atılmamış, evinde duran vasıfsız kadını vasıflandırma yönünde de bir takım çalışmalarımız var. Onların kendi el becerileri yönünde ya da sahip oldukları yetenekleri doğrultusunda onları yönlendirip küçük de olsa kendi ekonomilerine katkı sağlayıp çalışma hayatının içine sokmaya çalışıyoruz. Bunu şu yönden çok önemsiyoruz, ne kadar bilinçli anne, ne kadar

öz güvenli anne, ne kadar ben varım diyebilen kadının o kadar daha özgüvenli gelecek ve yeni nesil yetiştireceğine inanıyoruz.

Diğer konuklarımız da biliyorsunuz, -gündemde şu anda çok fazla yer aldı- çok erken yaşta vefat eden Steve Jobs'un başarılarından bahsettiler. Ben de onun hayatını dinlerken bir programda şu deyişinden çok etkilendim; mezarlıktaki en zengin adam olmak bana bir şey ifade etmiyor, bugün mükemmel bir şey yaptım demek benim için çok daha önemli. Geride bıraktığım dolarlardan çok yaptığım işlerin konuşulması benim huzurlu uyumam için en önemli sebeplerden biridir, diyor. Burada başarı hikâyelerini dinlediğimiz birçok değerli konuşumuzun anlattıklarının yanı sıra ben şuna inanıyorum; çok zengin olacak işler yapamayabiliriz, belki fabrikatör ya da sanayici olamayabiliriz ama hepimiz kendi hayatımızın girişimcisi olabiliriz. Bugün ne istediğimizi belirlemek çok önemli. Bu koltuklarda oturan genç arkadaşlarımız mezun olduktan sonra bir yerde mi çalışmayı hedefliyor, yoksa bir araya gelip bir işveren olmayı mı hedefliyor; birilerinin elinden tutmayı mı hedefliyor, bu hedefleri belirlememiz çok önemlidir. Ben bunun hepimiz için birer sosyal sorumluluk olduğunu düşünüyorum. Hepiniz bu ilkeleri edinerek buradan mezun olup, hayata böyle atılmalısınız diye düşünüyorum. Çünkü biliyoruz ki bizim altımızda elini tutmamızı bekleyen birileri muhakkak olacak. Onlara ulaşmayı, işveren olurken onları da bir yerlere taşımayı hedeflememiz gerektiğini inanıyorum.

Kurul olarak en önemli yaptığımız şeylerden birisi de kadın platformunda iş kadını vasfını taşıyan kişileri bir araya getirerek, ya da bu vasa sahip olup da hala evinde oturup bir işveren olmayı planlamayan kişilere bu düşünceyi yansıtip, onları da diğer insanlara iş verebilme gücüne sahip hale getirebilmek için birçok çalışma yapıyoruz. Benim de 17 yaşında bir oğlum var ve o da üniversite sınavına hazırlanıyor. Kimi zaman ona da soruyorum hayattaki hedeflerin ne, ne yapmak istiyorsun diye. Bu maksatla bir gün ona bir kitap hediye ettim ve en beğendiği bölümü bana söylemesini istedim. Konuşmamın sonunda onu sizinle paylaşmak istiyorum. Tabii hayatta hep başarı olmuyor, kimi zaman başarısızlıklar da çıkıyor karşımıza, ne kaybettiğimiz bizim için çok önemli olabilir fakat neyi tekrar kazanabileceğimiz de bizim için çok önemli olmalı.

Ben sözlerimi daha fazla uzatmak istemiyorum. Samsun TSO olarak sizlere başarılar diliyorum. Çok değerli arkadaşlarım; hayatınızın hep girişimci akımlarla dolu olmasını diliyorum çünkü bu insana motivasyon veriyor, yaşam enerjisi veriyor. Ne kadar çok para kazanırsanız kazanın ya da kazanamayın bunun bir önemi yok. Ben şunu yaptım, şunu yapabildim, başarabildim demek çok önemli.

Şimdi sizlere oğlumun çok sevdiği o dizeleri okuyup, beni dinlediğiniz için çok teşekkür ediyorum. Can Yücel'in dizeleri bunlar;

"Ummakla dilemekle olmuyor, her şeyden önce farkına varacaksın, aklın çalışacak elin ekmek tutacak kimseye boyun eğmeden yaşamının lezzetini bileceksin. Başkalarına değil kendi gücüne inanacaksın, birinin boynuna asılarak durursan karşındakini yormakla kalmazsın; bir gün kendi kolların bile çekemez ağırlığını ve düşersin. Kimseye dayanmayacaksın, dünya da sensin evren de. Kendini geliştireceksin, büyüyeceksin, olgunlaşacaksın; ruhunu da aklını da bedenini gibi besleyeceksin. Önce sen büyük olacaksın, farkında olacaksın, sonra birilerinin elinden tutup kaldıracaksın. Dünyanın zevklerine aşkın hayatın tadını çıkaracaksın emanet hayatlara tutunup

ömrünü harcamayacaksın. Ne olmasını bekliyorsan sen öyle oturdukça olmayacak, boşuna hayal kurmayacaksın. Daima ayağa kalkacaksın.

Hepinize çok teşekkür ediyorum.

Kerem TÜFEKÇİ

Samsun TSO Genç Girişimciler Kurulu Başkanı



Sayın büyüklerim, sevgili arkadaşlar,

Bu kadar saat kaldığınız için teşekkür ediyorum. Hakikaten Kerem ne söyleyecek diye merak ediyorsanız ben tekrara düşmemeye çalışacağım. Çünkü hakikaten çok değerli insanlar konuştular, çok güzel şeyler anlattılar. Yani en başından kavramsalardan başladılar, nasıl yapabilirizi, on-on beş dakika içinde nasıl para bulabilirizi de anlattılar, hatta küçük ölçekte nasıl bulabilirizi. –yani start up, başlangıçta nasıl bulabilirizi-. Gülden Hanım çok başarılı bir örnek tabii, gerçekten tırnakları ile bir yerlere gelmiş; hani hikâyesini anlatsa belki geleceksiniz, çok komik hikâyeleri vardı. Konferanslarda bir iki kez karşılaştık, enteresan bir anlatışı var. Çok kritik bir faktör de şans. Bu kadar etken var evet, ama bir faktör de şans. Ve o şansı da yakaladığınızda iyi değerlendirmeniz lazım diye anlatır genellikle. Onu kaçırmamak lazım. Ben ilk önce Arman Hocaya Allah'tan rahmet diliyorum ve kendisini burada, bu kürsüde anmak istiyorum. Çünkü kendisinden alıntılar yapacağım, girişimcilik konusunda hakikaten çok etkin; bir duayen ve onu popüler kültürün içine sokanlardan. Arman Hocanın kitaplarını, serisini okumanızı istiyorum, çünkü son kitabından baya bir etkilendim. Yapısal anlamda hayatımın sonuna gelmişken geride tartışacak bir şeyler bırakmak istiyorum, bu ülkeye bir iyilik yapmak istiyorum diye bir şeyler sunmuştu ve onu burada paylaşmak istiyorum. Dediği şeylerden bir tanesi bize çok ilginç gelebilir. Diyor ki KOBİ'lere destek vermeyin, PVC'cilere destek vermeyin diyor; yani bana destek vermeyin diyor. Artık yeter, böyle doymuş sektörlere vermeyeceksiniz, kime vereceksiniz diye sorduklarında tek bir şey diyor. Üniversiteden çıkan fikirlere vereceksiniz. Sırf üniversitedeki hocalar için ve de üniversitede potansiyel olarak araştırmacı arkadaşları geliştirmeye ve yeni adımlar atmaya ve hızlı büyüyen şirketler yaratmaya empoze edin diyor. Bu çok kritik bir şey. Siz esasında bizim çok da vaktimiz olmayan, hani o çekin peşinde koşarken ya da bir işçinin derdiyle uğraşırken çok kaçırdığımız nokta olan zamana sahipsiniz. Ve bir anlamda akademisyen olduğunuzda da sahip oluyorsunuz ona, gerçekten de vakit biraz daha geniş. Bunu değerlendirebilmek, yeni fikirlerin peşinde koşabilmek, hatta ve hatta gelişmeleri takip edebilmek, o akademisyenlik koltuğundan çok daha kolay. Dolayısıyla öyle bir tavsiyede bulunuyor. Bir de iş sermayesiyle ilgili tavsiyeleri vardı. Özellikle girişim sermayesiyle ilgili kısım çok kritik. Çünkü ortak oluyorsunuz, bu çok güzel bir şey esasında. Sizi adam ediyorlar, ortak olup sizi adam ediyorlar. Çünkü bir fikriniz var evet ve çok güzel fikir, ama nasıl hayata geçireceğinize dair bir fikriniz olması lazım. Ama şirket yönetmek o kadar kolay değil, gerçekten kolay değil, hani fikrin var evet, planı da çizdim çok güzel, ama şirket yönetmeye geldiğinizde zorlanmaya başlıyorsunuz. O kısım da kurumsallaşma adına çok güzel bir hareket. Türkiye'de şirketin en büyük sorunu zaten kurumsallaşamamak, aile şirketi yapısından çıkamamak. Bu zaten önerilen bir şey, iş sermayesi esas oradan geliyor, risk. Yani bunu üstlenen birilerinin olması lazım. Ve burada bir fırsat var esasında, arkada oturuyor, ama bence en önde oturmanız lazımdı. Hami Bey, Nedim Bey, KOSGEB olarak bu arkadaşların ilk muhatabı sizsiniz esasında. Ve yanda da İŞGEM'den Uğur Bey. İŞGEM'in müdürü, yani sizin önde oturmanız lazım ki arkadaşlar görsünler, esas para orada yani. Hani siz bir şey düşünüyorsanız, ilk parayı oradan bulacaksınız. Hakikaten ciddi destekleri var.

Yani başlangıç sermayesi açısından, start-up açısından inanılmaz destekleri var. İŞKUR'la beraber destekleri var, sayfasına girin bakın KOSGEB'in, araştırın. Yani diyebilirim ki belli bir disiplin altında para dağıtıyorlar, böyle bir yapı var. Bir de staj konusunu ben burada dile getirmek istiyorum. Keşke üniversiteden bir yetkili olsaydı da duyabilseydi. Staj konusu çok kritik. Staj anlamında bir tecrübe gerekiyor size, sonuçta bir iş tecrübesine ihtiyacınız var. Şirketi görmeniz lazım, bir şirketin içinde çalışmanız lazım; müthiş önemli. Mesela Orhan Bey ENKA'da çalışmış bir sene, bence çok değerli bir seneydi o. Özellikle o bir seneyi alıp çıkarıp koymak lazım. Çünkü kurumsal bir şirketin içinde şirket yapısının nasıl işlediğini görmüş. Bu çok ciddi bir tecrübe. Çünkü oradaki hantallıkları da gördü. Oradaki kaçan fırsatları da gördü. Büyük ihtimalle ENKA'nın–bakın ENKA ufak bir şirket değil, yalıtım da yapıyor- hepsini yapmadığını da görmüş Orhan Bey ve ODE'yi kurmuş. Dolayısıyla bir şirkette çalışmanın size müthiş bir etkisi olacaktır. Ben biraz işveren tarafından konuşacağım. İşten çıkarmanın maliyeti çok olduğu için maalesef işçi almak da bir o kadar zorlaşıyor Türkiye'de. Çok zor işe alıyor şirketler. Dolayısıyla da mezun olduktan sonra işe girmeniz kendinizi bir şirkete kabul ettirmeniz ve kalıcı olmanız hakikaten zor. Nasıl girebilirsiniz? Ardına kadar açık bir arka kapı var. O da staj. Yani ben stajyer reddeden çok az firma gördüm. Genellikle stajyeri kabul ederler. Ayak işleri yaptırırlar evet, yapan arkadaşlarımız var bizde staj yapan arkadaşlarımız var, orada Gökhan arkadaşımız, bu arada girişimcilik kulübüne üye olun mesajımı da vereyim, o çok kritik bir şey. Yani beraber bir kulüp çatısı altında daha aktif; daha kurumsal hareket edin. Burada ciddi tecrübeler ediniyorlar. Arkadaşlara ilk karşılaştığımızda şunu söylemiştim. Fotokopi çekerken bile çektiğiniz fotokopiye dikkat edin. İleride gerçekten o çektiğiniz fotokopi, o belge, belki de bir form hakikaten işinize yarayacak. Çünkü o şirkette o formun oluşması için ciddi hata yapılmış. Bunu değerlendirin, o tecrübe inanılmaz bir tecrübedir. Herhangi bir şekilde bir yere girin ve staj yapın. Bunu değerlendirin. Samsun'da da fırsatlar var. Staj yapabilmek için hocalarınızı sıkıştırın, bana bu yaz staj bulun deyin. Gökhan bize öyle geldi. Birinci sınıftan itibaren bizde staj yapıyor arkadaş. Birinci sınıfta stajyer olarak geldi, biz şaşırдық, birinci sınıfta ne işi var bu çocuğun burada diye. Ama gerçekten güzel bir etki yarattı. Pozitif bir etki yarattı. Geldi, ben işi öğrenmek istiyorum dedi. İlk girdiğinde hatırladığım kadarıyla Gökhan kamuda bir görev hayal ediyordun, yanlış hatırlamıyorum değil mi? Sonuçta kendi işini kurabilecek cesaret edinilmeye başlıyor. Şirketin içinde iş yaptıkça bizim müşterimizi görüyor, para kazanıyor ve ben bu adamdan daha iyiyim deme şansını elde ediyor. Ben bu adamdan daha iyi hesap yaparım ve ben bu adamdan işi daha iyi takip ederim. Ama bu adam da para kazanıyor bu sektörde. Ve bunu gördüğü için cesareti geliyor. Ya da şirketin içinde diyor ki bunlar –özür dilerim ama samimiyetten söylüyorum- aptal herhalde, neden bunu yapmıyorlar ki. Koskoca şirkette bir sürü adam var, bunu düşünemiyorlar mı? Evet bazen düşünemiyoruz. İşletme körlüğü diyorlar ya işte körleşiyoruz, düşünemiyoruz. Onu görüyor ya da onu yaptığında bize müşteri oluyor, tedarikçi oluyor ya da taşeron oluyor. Bir şekilde o şirketin içinden bir şeyler yapıyor. ODE esasında kısmen ENKA'ya da mal satıyor. Orhan Bey'in işine dönersek tekrar, kendisi ENKA'ya mal satıyordu. Yani adım gibi eminim. Çünkü ENKA'nın bir sürü inşaatı var, yalıtıma ihtiyacı var. Kesin alıyordu. Dolayısıyla bir boşluğu gördü ve onu değerlendirdi. Ve ciddi anlamda artık önümüze sanayici olarak gelmiş bir mühendis; bu bir gerçek. Ve inanın bu fırsatlar hani seksenlerde vardı, altmışlarda vardı. Onlar geçti, hikaye anlatıyorsunuz diyorsunuz ama şöyle bir şey söyleyeyim, sizin önünüzde çok daha büyük fırsatlar var. Mesela en son gazetede okudum; mekanist.net diye bir web sayfasını iki buçuk milyon dolara Amerikalılar ortak almış: Risk sermayesi. Çocuğun yaptığı tek şey var; iş dolayısıyla Londra'ya taşınmış. Londra'ya taşındığında gece hayatı, nerede yemek yiyeceğim diye merak ederken böyle bir interneti

kullanmış orada. Bakmış ki İstanbul'da böyle bir şey yok. Mekanist.net diye üç arkadaş şirket kuruyorlar; İstanbul'daki mekanları kendileri değerlendirmiyorlar, üyelerine değerlendirtiyorlar; dolayısıyla objektif bir değerlendirme notu çıkıyor ve dolayısıyla Amerikalı bir şirket de gelişen Türkiye'de böyle bir şirkete ortak olmak istiyor; çünkü insanların gelir seviyesi arttıkça daha fazla dışarı çıkacaklar ki İstanbul bu konuda zaten iyi. Neden Samsun'da böyle bir şey olmasın, burada da bir sürü yeni yer açılıyor. Ayrıca çok daha basit start-up fikirlerden bir tane daha vereyim. birutus.com diye web sayfasında yapılan iş ütü. Ütü yapıyor bu arkadaş. Nereden çıktı bu? Ütü yapmaktan sıkılan birisi; bakıyor ki bütün arkadaşları bu işten sıkılmış. Dolayısıyla böyle bir şirket kuruyor kendisi ve çok ucuza ütü yapıyor, kapınızdan da alabiliyor giysilerinizi ya da siz veriyorsunuz. Ama her koşulda ucuza geliyor. Akşam saat 10'da çalışmaya başlanıyor ve gece bütün ütüler yapıp sabah kapınızda oluyor kıyafetiniz. Böyle bir servis; çok basit aslında, ihtiyacı görmek ve ona göre aksiyon almak özetle. Evde bir ihtiyacı görüp bunu bir fırsata çeviriyor. Hani bir laf vardır, gezen tilki aç kalmaz derler; onun için fikri arayacaksınız bulacaksınız. Ama size bir söz daha söyleyeceğim, çok sevdiğim bir hocamın sözü. Derdi ki; en iyi dansçılar klasik bale eğitimini alanlardan çıkar derdi, onun için bir şirkette ufak da olsa bir deneyim sizin için gerçekten çok ciddi fark yaratır. Burada örneğin bu konuda sizlere yardımcı olabilecek birçok insan var, fırsatını bulmuşken değerlendirin konuşun onlarla.

Çok teşekkür ederim, vaktinizi aldım sağ olun.



KAYNAKÇA

1. Gürdoğan N., (2008) Girişimcilik ve Girişimcilik Kültürü, İGİAD Yayınları, İstanbul,
2. Halıcı E., Girişimcilik ve Teknoparklar: Girişimciliğin Eski ve Yeni Yüzü, http://www.emo.org.tr/resimler/ekler/1f860e3b7f548ab_ek.pdf, (26.07.2011)
3. <http://www.girisim.net/franchising/franchisingnedir.htm> (20.07.2011)
4. Işık N., Göktaş D., Kılınç E.C.,(2011) İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (6:1)
5. İGEME, <http://www.igeme.org.tr> (21.07.2011)
6. İŞKUR, www.iskur.gov.tr (20.07.2011)
7. KAMER, <http://www.kamer.org.tr> (21.07.2011)
8. Kırım. A (2010), *Türkiye'nin Girişimcilik Politikası Ne Olmalı?*, TOBB Girişimcilik Kongresi
9. KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım A.Ş., <http://www.kobias.com.tr> (12.07.2011)
10. KOSGEB, <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=8&refContent=69>. (21.07.2011)
11. Kredi Garanti Fonu, <http://www.kgf.com.tr> (21.07.2011)
12. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı, <http://meksa.org.tr> (21.07.2011)
13. METUTECH-BAN Teknoloji Yatırımcıları Ağı, <http://www.metutechban.org> (18.07.2011)
14. OKA, (2010) Barcelona Activa (İspanya) Bölgesel Kalkınma Ajansı Çalışma Ziyareti Görev Dönüş Raporu
15. OKA, (2011) Bielsko-Biala Bölgesel Kalkınma Ajansı Çalışma Ziyareti Görev Dönüş Raporu
16. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Avrupa Birliği Koordinasyon Genel Müdürlüğü, <http://ab.sanayi.gov.tr/Files/Documents/cip-eip-sunum-26042011143833.pdf> (21.07.2011)
17. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, <http://www.sanayi.gov.tr> (20.07.2011)
18. Sermaye Piyasası Kurulu, <http://www.spk.gov.tr/displayfile.aspx?action=displayfile&pageid=71&fn=71.pdf> (10.07.2011)
19. T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Aile Eğitim Programı, "Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu", http://www.aep.gov.tr/_pdf/aile-egitim-seti/kucuk-olcekli-isletme-girisimciligi.pdf (20.07.2011)
20. TEPAV (2011), *Ankara'da Genç Girişimciliği Destekleme Stratejisi*
21. The European Trade Association for Business Angels, <http://www.eban.org> (15.07.2011)
22. Toplum Gönüllüleri Vakfı, <http://www.tog.org.tr> (21.07.2011)
23. TURSEFF Kredisi, <http://www.turseff.org/tr/turseff-kredisi.html> (22.07.2011)
24. TÜBİTAK, www.tubitak.gov.tr (21.07.2011)
25. Türkiye Grameen Mikrokredi Programı, <http://www.tgmp.net> (11.07.2011)
26. Türkiye İstatistik Kurumu, <http://tuik.gov.tr> (14.07.2011)
27. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, <http://www.kagider.org> (20.07.2011)
28. Türkiye Kalkınma Bankası, <http://www.kalkinma.com.tr> (20.07.2011)
29. Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı, <http://www.tosyov.org.tr> (20.07.2011)

30. Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Birliği, <http://www.tesk.org.tr> (02.12.2011)
31. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, <http://www.tobb.org.tr> (22.07.2011)
32. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, <http://www.ttgiv.org.tr> (22.07.2011)
33. Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi Bölgesel Gelişme Ana Planı (2006). Ankara: Dolsar.