**Girişimci Kimdir?**

[](javascript:void(0);)

Girişimci, risk alarak yenilik yapan kişidir. Fırsatları gözler, fırsatı bulduğunda bütün gücüyle gerçekleştirmeye çalışır. Kendi bulduğu ya da başka birinin geliştirdiği yeniliği ekonomiye kazandırır.

**Girişimcilik Nedir?**

[](javascript:void(0);)

Girişimcilik ise girişimcinin bulduğu fırsatı hayata geçirme sürecidir. Yani fırsatları görüp risk alarak bunları bir iş fikrine dönüştürüp kendi işini kurması sürecidir.

**Girişimcinin İhtiyaç Duyduğu Temel Unsurlar?**

[](javascript:void(0);)

* İş fikri
* Girişimcilikle ilgili nitelikler
* Yönetsel bilgi ve beceriler
* Kaynaklar

**Girişimci Nasıl Olmalıdır?**

[](javascript:void(0);)

Girişimci, yenilikçi ve yaratıcı olmalıdır. Başkalarının göremediği fırsatları fark etmeli ve ördüğü fırsatları bir iş fikrine dönüştürebilmelidir. Yenilikçi düşüncesini gerçekleştirebilecek iş planı oluşturabilmeli. Özellikle küçük işlerde girişimcinin işe kişisel katkısı başarıda kritik rol oynar. Her şeyi düşünmesi, herkesi motive etmesi, her eksiği kapatması gereken, en kalifiye işçisi kendisidir.

***Sormak lazım: Acaba kendisi bu işe başvurmuş olsa, kendisini işe alır mıydı?***

**Cahil Cesareti mi? Girişimci Cesareti mi?**

[](javascript:void(0);)

Girişimcide işin gerektirdiği özellikler yoksa, başarı şansı çok düşer.

Parası, deneyimi olmadan işe girmek **‘cahil cesareti’** diye kınanır ama kişilik özellikleri uymadığı halde işe atılmak **‘girişimci cesareti’**diye takdir edilir. Sonuçta tüm dünyada girişimcilerin yaklaşık yarısı ilk beş yılda batıyorsa, birileri aşırı risk alıyor demektir. Riskin büyüğü kişilik özelliklerinden kaynaklanır.

**İş Fikri Nasıl Bulunur?**

[](javascript:void(0);)

Gözlem yapın. Okuyun ve sorun. Bulabildiğiniz her şeyi bulmaya çalışın. Bunları yaparken her şeyi daha iyi nasıl kullanabileceğinizi düşünün. Unutmayın, en güzel fikirler ummadığınız anda aklınıza gelebileceğini unutmayın. Bu nedenle yanınızda her zaman not defteri bulunsun.

Yeni bir iş fikri bulmanın en yaygın yöntemlerinden biri de**‘beyin fırtınası’**tekniğidir.

Örneğin bir konu seçin. Grup üyelerinden birinin yapacağınız toplantıda ortaya çıkacak fikirleri yazmasını sağlayın.

**İş Fikrinizi Nasıl Test Edebilirsiniz?**

[](javascript:void(0);)

Seçilen iş fikri girişimcinin kişiliğine ve ilgi alanlarına uygun olmalıdır. Unutmayın başarılı bir işletme zaman ve enerji gerektirir. Çok da iyi bilmediğiniz bir alanda başarılı bir işletme kurmanız da mümkündür. Girişimci gerekli bilgi ve tecrübeye sahip ortaklar ile birlikte çalışabilir ya da çeşitli eğitimlere katılarak gereksinim duyduğu nitelikleri kazanabilir.

Seçilen iş fikrinin pazar ve kar potansiyeli olmalıdır.

**Yanlış Olan İş Değil İş Seçimi!**

[](javascript:void(0);)

Girişimcinin en büyük riski kendisidir. Kaldırabileceğinden fazla yük alıp riske girenler, sonunda batmaktadır.

**Yanlış olan iş değil iş seçimidir.**Herkes her işi yapamaz.

**Moda İşler mi?**

[](javascript:void(0);)

Ülkemizde dönem dönem moda olan işlerin peşinden koşulmaktadır. Yurtdışına her giden yeni bir şey görüp, alıp getirmektedir. Üstelik bunu sırf yeni diye yapan girişimciler var. Başka bir kültürde çok tutuyor diye burada da tutmasını bekliyor. İyice incelemeden, seçilme ve tüketilme nedenlerini anlamadan iş kuranların işi şansa kalıyor. Çoğunlukla da ‘moda’ gibi bir dönem ilgi uyandırıyor. Sonra da kaybolup gidiyorlar.

**Hizmet mi Ürün mü?**

[](javascript:void(0);)

Temelde tüm iş alanları iki genel sınıflandırmadan birisine girer. Ya bir kişiye ya da başka bir iş alanına hizmet sunar ya da üretir.

**Piyasa Araştırmasına Gerek Var Mı?**

[](javascript:void(0);)

En önemli adımlardan biri de piyasa araştırmasıdır. Avrupa’daki yeni girişimlerin neredeyse yarısı ilk 5 yılında başarısız oluyor. Girişimcilikte piyasa araştırması hayati öneme sahiptir.

Piyasa araştırması hedef pazarınızı bulmanıza yardımcı olur.

**Nereden Başlamalıyım?**

[](javascript:void(0);)

Girişimcin öncelikle pazara ve ihtiyaçlara odaklanması gerekir.

Fırsatlar nerede? Hangi alanda açık var? Bunlardan nasıl yararlanabilirim? Bu ve benzeri soruların yanıtlarının bulunması girişimcinin işini kolaylaştırır.

**Nelere İhtiyaç Var?**

[](javascript:void(0);)

* Planlanan iş için hangi kaynaklara ihtiyaç var?
* İş gücü, finansman, doğal kaynaklar ya da teknoloji faktörlerinden hangileri gereklidir?
* Bunlar, nasıl ve nereden temin edecektir?

Girişimci için bu soruların yanıtları son derece önemlidir.

**İş Planı Nedir?**

[](javascript:void(0);)

İş planı, firma kuruluş aşamasında ulaşılmak istenilen hedefleri ve bu hedeflere giden yolun haritasının çıkartılmasını sağlayan işler bütünüdür. Kısacası işin ne olduğunu, kısa ve uzun vadedeki hedefleri ve bu hedeflere ulaşmak için gereken araç ve yöntemleri içerir.

Her iş mutlaka bir iş planı hazırlamayı gerektirir. Girişimciler mutlaka bir iş planı hazırlamalıdır.

Etrafta çok sayıda iş planı şablonu bulmak mümkün, ancak doğru iş planı; işi açıklayan, pazarı doğru tanımlayan ve nasıl yol alınacağını gösterebilen ayrıntılar içermelidir. İş planı hazırlarken bunun mutlaka girişimci tarafından yazılması ve olabildiğince kısa tutulması önemlidir.

**Şirket Nasıl Kurulur?**

[](javascript:void(0);)

Ülkemizde şirketler şahıs ve sermaye şirketleri olmak üzere ikiye ayrılır. Şahıs ve sermaye şirketlerinin de kendi içlerinde alt türleri vardır. Hepsinin kendine has hak ve yükümlülükleri bulunur.

Girişimcinin, şirketin hukuki yapısına karar vermeden önce ilgili mevzuatları incelemesi ve işletmenin üreteceği ürün ve hizmetler doğrultusunda bilinçli karar vermesi gereklidir.

Şirket türleriyle ilgili bilgilere T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü’nün internet sayfasından ulaşmanız mümkün.

**Şirket mi Satın Alacaksınız?**

[](javascript:void(0);)

Eğer girişimci mevcut bir şirketi satın alacaksa şu sorulara yanıt bulması yararlıdır;

* Neden satılıyor?
* Piyasada kötü bir imaja sahip mi?
* Çalışanların nitelikleri uygun mu?
* İşletmenin fiziki durumu nasıl?
* Çalışanlar ne kadar ücret alıyor?
* Rakiplerinin güçleri nedir?

**Rekabette Nasıl Fark Yaratılır?**

[](javascript:void(0);)

Müşterilerinizi tanımalı ve onların ihtiyaçlarını karşılarken nasıl kazanç sağlayacağını bulmalısınız. Bunun için güçlü bir stratejiye ihtiyacınız olacak.

* İş stratejinizi geliştirin,
* Büyümü hedefinize nasıl ulaşacağınızın yol haritasını çıkarın,
* Rekabetçi bir strateji planı kurun,

**Rekabetle Nasıl Başa Çıkılır?**

[](javascript:void(0);)

Rekabet edilecek diğer firmalarla ilgili konuların keşfedilmesi, işe başlamadan önce size kendi işinizle ilgili detaylar konusunda son derece değerli ipuçları verecektir.

Aynı zamanda bu sayede başkalarının yaptığı hatalardan ders de alabilirsiniz.

**Nasıl Bir Büyüme Planı?**

[](javascript:void(0);)

Ölçek büyütmeyi hedefleyen firmalar için en kritik unsur, doğru bilgiye ulaşmaktır. İnternetin yaygınlaşmasıyla bilgiye ulaşmak kolaylaştı. Üstelik ücretsiz. Ancak bir yandan da inanılmaz bir bilgi kirliliği ortaya çıktı. Bunlar arasından doğru bilgiyi yakalamak en büyük sorun haline geldi. Özellikle küçük şirketler bu duruma çok dikkat etmeli. İnternetten edinecekleri yanlış bir bilgi sadece kaynak israfına neden olmaz bazen o yerel markanın sonunu bile hazırlayabilir. Büyük ölçekli firmalar her konunun uzmanı profesyonellerle çalıştıkları için bu tür tuzaklara düşmez. Oysa küçük şirketler zaman zaman maliyetleri aşağıya çekme kaygısıyla profesyonellerle çalışmaktan taviz verebiliyor.

**Markalaşma Nasıl Başlamalı?**

[](javascript:void(0);)

Küçük şirketler büyüme planlarında temkinli davranmalı. Sermayelerinin izin verdiği oranda marka yatırımı yapmalı. Bu yatırımın meyvelerini topladıktan sonra bir sonraki adım atılmalıdır. Yani büyüme adım adım olmalıdır.