



GİRİŞİMCİLİKTE TEMEL KAVRAMLAR



Bölüm Kazanımları

- Girişimcilik ile ilgili kavramları içselleştirerek, nitelikli bir girişimin özelliklerini açıklayabilecek.
- Girişimci becerilerini ve özelliklerini belirleyerek bunların nasıl geliştirebileceğine ilişkin bir çalışma programı oluşturabilecek.
- Girişimcilik sürecinin genel hatlarını ele alarak, bir iş fikrinin girişimcilik açısından değerini ölçümleyebilecek.
- KOBİ kavramını ve özelliklerini tanımlayabilecek.

Anahtar Kavramlar

- Girişimcilik
- Girişimcilik Motivasyonu ve Engelleri
- Girişimcilik Süreci
- KOBİ

Giriş

Girişimci, toplumun ihtiyaç duyduğu ürünlerin üretilmesi ve sunulması gibi çok önemli bir toplumsal sorumluluğu üstlenmektedir. Girişimcilerin geliştirdiği iş fikirleri paralelinde bir araya getirilen kaynaklar ortaya işletmeleri, işletmeler ise ihtiyaç duyduğumuz malları ve hizmetleri üretirler. Bu ürünlerin niteliği ve ihtiyaçlarımızı karşılama düzeyi girişimcinin niteliğine bağlı olarak değişecektir. Girişimcinin, toplumun ihtiyaçlarını tespit etme ve bunları karşılama yeteneği yükseldiğinde pazara sunulan ürün ve hizmetlerin nitelik ve niceliği de artacaktır.

Biraz daha geniş bir pencereden bakıldığında, girişimcilik faaliyetlerinin toplamının, toplumun sahip olduğu refah seviyesine eşit olduğu söylenebilir. Asıl sorumluluğun toplum için değer yaratmak olduğu girişimcilik faaliyetleri sonucunda elde edilen değer, aslında toplumun tamamının paylaştığı gelirleri oluşturmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin niteliği artıkça, bu faaliyetlerin sonucu olarak elde edilen değer de artacak, bu da toplumun refahını yükseltecektir. Bu nedenle, toplumun ortalama % 5'lik bir nüfusunu oluşturan girişimcilerin niteliğinin artırılması yoluyla, çalışanların daha iyi gelir ettiği, iyi bir çalışma ortamına sahip, değer yaratan ve yarattığı bu değeri paydaşları ile paylaşan nitelikli işletmelerin sayısı da artacaktır.

1. GİRİŞİMCİLİKTE DEĞER YARATMA

İyi ve kötü girişimciyi birbirinden ayıran en önemli ve en temel fark, paydaşlarının beklentilerini ne ölçüde karşılandığı ile ilgilidir.

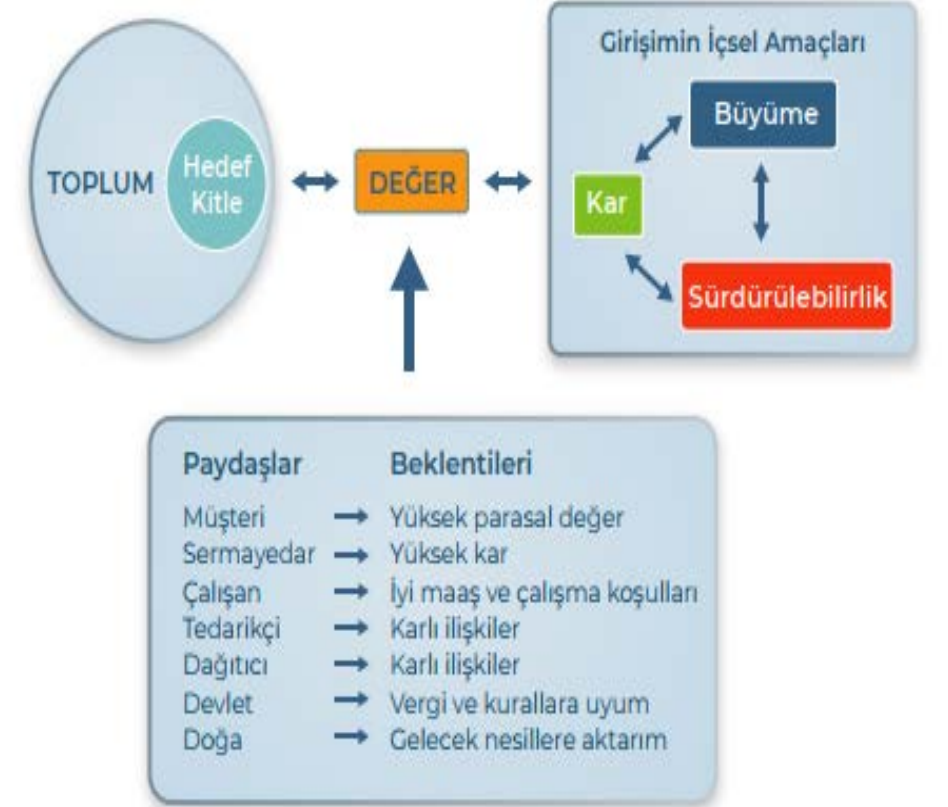
Bir girişimcinin, kurduğu girişimin (işletmenin) üç temel amacı bulunmaktadır. Bunlar;

- Kâr elde etme,
- Hayatta kalma (sürdürülebilirlik),
- Büyüme olarak özetlenebilir.

Girişimin bu ticari amaçlara ulaşabilmesi için ise, müşterilerine sunduğu ürün ve hizmetler yoluyla tatmin sağlaması gereklidir. Dolayısıyla girişimci, ürün ve hizmetlerini rakiplerinden daha iyi veya daha farklı şekilde sunduğu ölçüde müşterilerinin beğenisini kazanacak ürün ve hizmetleri piyasada talep edilecektir. Bu talep ölçüsünde de faaliyetlerini devam ettirebilecek, kâr elde edecek, büyüyecektir. Dolayısıyla iyi bir girişimin olmazsa olmaz koşulu, ürettiği ürün ve hizmet yoluyla müşterilerinin beğenisini kazanmak olmasıdır.

Girişimcilikte Değer İlişkisi

İşletme müşterilerinin beklentilerini karşılarken elbette bir takım kişi ve kurumlar ile iş birliği yapmak durumundadır. Girişimin paydaşları olarak adlandırılan bu kişi ve kurumlar; hissedar, çalışan, tedarikçi, dağıtıcı, devlet ve doğadan oluşmaktadır. Bu paydaşlar olmaksızın hiçbir işletme, müşterilerinin beklentilerini karşılayamaz. Bu nedenle girişimcinin bu paydaşların da beklentilerini karşılayacak bir sistem kurması gereklidir. Bu paydaşların girişimden beklentileri elbette birbirinden farklıdır. Bir çalışan, girişimin amaçlarına ulaşmasını sağlamak için çalışmayı iyi bir ücret karşılığında kabul ederken, hissedar girişim için gerekli olan sermayeyi, iyi bir kâr payı karşılığında vermeyi isteyecektir. Benzer şekilde devlet, bu girişimin kurallara uygun şekilde hareket etmesini ve vergi ödemesini isteyecektir.



Şekil 1.1 Modern Girişimcilikte Değer İlişkileri

Girişimcilikte Değer İlişkisi

Gerçekten de girişimler; müşteriler, hissedarlar, çalışanlar ve toplum için değer yaratırlar ve bu yarattıkları değer ne kadar büyükse girişim de amaçlarını o oranda gerçekleştirmiş olacaktır. Diğer bir ifadeyle girişimin kâr, büyüme, sürdürülebilirlik gibi içsel amaçlarına ulaşması, oluşturulan değerın büyüklüğü ile ilgilidir. Girişimin oluşturduğu bu değerın büyütülmesinin yolu ise, rakiplerinden bir yönüyle yeni veya farklı ürün ve hizmetleri ortaya koyacak yeniliklerin yapılmasıdır.

Kurulan girişimin ortaya koyduğu ürün veya hizmetler, rakipten ne ölçüde daha kaliteli, daha ucuz, daha farklı vb. ise o ölçüde tercih edilecek ve işletme daha çok satış yapacak, kâr edecek ve büyüyecektir. Daha çok kâr elde eden işletme, bu kârını (değeri) paydaşları ile paylaşacaktır. Böylece çalışan, beklentileri daha iyi karşılanan ve daha çok kazanan; hissedar, en çok pay alan; tedarikçi ise girişimin başarılı olması için istekli olan taraf olurken sonuçta kazanan, toplumun tüm kesimi olacaktır. Dolayısıyla işini iyi yapan girişimci, paydaşlarının beklentilerini en üst düzeyde karşılamak için yenilik yapan kişidir. Böyle girişimcilerin olduğu bir toplumun refah düzeyi yüksek olacaktır. Özetle iyi girişimciyi en kısa yoldan tarif etmek gerekirse **bir ürün veya hizmet üretmek için gerek duyduğu kaynakları en yüksek değeri yaratacak şekilde bir araya getirerek girişimin paydaşları için değer yaratan kişi** olarak tanımlamak mümkündür.

2. GİRİŞİMCİLİK TANIMLARINDAKİ GELİŞMELER

Girişimcilik kavramını Fransızca literatürde ilk kez kullanan Richard Cantillon, girişimciliği daha çok belirsizlik boyutuyla ele almıştır. Ona göre girişimci, *henüz belirginleşmemiş bir fiyatla satmak üzere üretimin girdilerini satın alan ve/veya üreten kişilerdir*. Cantillon'a göre girişimcilerin temel özelliği belirli olmayan bir gelirle yaşamını sürdürmeleridir .

2. GİRİŞİMCİLİK TANIMLARINDAKİ GELİŞMELER

Jean Baptiste Say, 1845'de girişimciliğe bütüncül bir yaklaşım getirmiştir. Bu yaklaşıma göre girişimci, ticari ürünler üretmek amacıyla çalışan, doğal kaynaklar ve sermayeden oluşan üretim faktörlerini bir araya getirme sorumluluğu olan kişilerdir. J.B. Say tanımlamasında girişimcinin yönetsel sorumlulukları ön plana çıkartmıştır.

2. GİRİŞİMCİLİK TANIMLARINDAKİ GELİŞMELER

Yenilikçi iktisadın da önemli idollerinden olan Schumpeter, girişimciliğin ekonominin en önemli unsurlarından biri olduğunu vurgulamış ve girişimcinin temel sorumluluğunun değişik türlerde yenilikler çıkararak toplumun refahını arttırmak olduğunu vurgulamıştır

2. GİRİŞİMCİLİK TANIMLARINDAKİ GELİŞMELER

Tarihsel akış içerisinde girişimciliğe ilişkin olarak ortaya atılan bu yaklaşımlar, günümüzde girişimciliği anlama ve girişimcinin kim olduğu konusunda daha derin bir yaklaşıma sahip olunmasını sağlamaktadır. Buna göre girişimciyi belirli bir getiri sağlamak için risk alan, üretim faktörlerini bir araya getirerek yenilik yapma sorumluluğu olan kişi şeklinde tanımlamak mümkündür.

2. GİRİŞİMCİLİK TANIMLARINDAKİ GELİŞMELER

Genellikle girişimci, aynı zamanda işletmenin mülk sahibi olarak düşünülmekte ve girişimcinin vazgeçilmez özelliğinin sermaye (para) sahibi olması gerektiği ileri sürülmektedir. Ancak yukarıda önemli düşünürlerin verdiği tanımlarda da görüleceği gibi sermaye sahipliği girişimcinin temel vasfı değildir. Diğer bir ifadeyle kurulan işletmenin sermayesine sahip olma, tek başına kişiyi girişimci yapmaya yetmeyecektir. Örneğin, bir girişimci pazarda gördüğü bir fırsatı değerlendirmek için iş fikri geliştirip bunu projelendirebilir ve projesini aile üyelerine veya bir kuruma sunarak sermaye elde edebilir ve bu sermayeyi kullanarak ürün veya hizmeti üretip pazarlayabilir. Bu örnekte girişimcinin şirketteki ortaklık payının çok düşük olması, kişinin girişimci olmadığı anlamına elbette gelmez. Bu nedenle girişimcinin işletmedeki temel fonksiyonu sermaye sahipliği değil, bir iş fikri geliştirerek bu iş fikrinin gerektirdiği kaynakları bir araya getirip mal veya hizmetin pazara sunulmasını özetle değer oluşturulmasını sağlamaktır.

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

İşletme/Girişim

İşletme, belirli amaçlar doğrultusunda, ürün ve hizmetler üretip pazarlayarak insanların istek ve ihtiyaçlarını karşılayan ekonomik bir birimdir. İşletme ve girişim (teşebbüs) kavramları çoğu zaman aynı anlamda kullanılmaktadır. Her iki kavram ile bir takım amaçlara ulaşmak için değer yaratan faaliyetler bütünü ifade edilmektedir. Ancak bazı çalışmalarda girişimin, işletme kavramını içine alan daha geniş bir kavram olduğu ileri sürülmektedir.

Bu görüşe göre örneğin, Türkiye Ziraat Bankası bir girişim olduğu halde, şehirlerde bulunan şubeleri bu girişime bağlı birer işletmedir. Bu örnek farklı işletme tiplerinde de görülebilir, örneğin Arçelik A.Ş. bir girişim olduğu halde Ankara'da bulunan bulaşık makinesi fabrikası veya Pakistan'da bulunan buzdolabı fabrikası bu girişime bağlı olan işletmelerdir. Örneklerden de görüleceği üzere üretim, pazarlama gibi faaliyetleri bağımsız şekilde yönetilen girişimler için bu ayırım önem kazanmaktadır. O nedenle girişimin, işletme kavramını içine alan daha geniş bir kavram olduğu ileri sürülmektedir (Alpugan, 1998). Bu ayırım işletme büyüyüp farklı alanlara yayılmaya başladıkça ortaya çıktığından, küçük işletmeler bakımından önemli bir farklılık ortaya çıkarmaz.

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

Yönetim

Burada girişimcinin temel sorumluluklarından biri de diğer üretim faktörleri olan sermaye, emek ve doğayı amaca uygun biçimde bir araya getirmek ve uyumlu bir şekilde çalışmasını sağlamaktır. Diğer bir ifade ile girişimci, geliştirdiği iş fikri için yeterli düzeyde sermaye bulmak veya bunu kendisi karşılamak, uygun nitelikli çalışanları bir araya getirmek ve işletme için bir alan bulmak zorundadır. İşletme bu kaynaklar ile faaliyete geçmesiyle birlikte gündeme gelen en önemli konu, işletmenin sahip olduğu bu beşeri ve beşeri olmayan kaynakların birbiriyle uyumlu biçimde yönetilmesi olacaktır. Diğer bir ifadeyle, işletmenin finansal varlıklarının, makine ve üretim süreçlerinin, insan kaynaklarının birbiriyle uyumunun sağlanması işletme başarısında en önemli konulardan birini oluşturmaktadır. Dolayısıyla başarılı olabilmek için, belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen kaynakların yönetilmesi gereklidir. Bu nedenle kaynakların sevk ve idaresi kısaca bunların yönetimi girişimcilik başarısında kritik bir öneme sahiptir.

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

Yönetim

Bir girişimde kaynakların yönetimi denildiğinde, işletmenin ürün ve hizmet üretmek için bir araya getirilen tüm canlı ve cansız varlıklar konusunda verilen kararlar akla gelmektedir. İşletme kurulduğunda kimlerin işe alınacağı, bu kişilerin nasıl bir görev tanımının olacağı, ne miktarda ürün üretileceği, nasıl bir organizasyon kurulacağı, hangi pazarda faaliyet gösterileceği, ürün ve hizmetlerin kullanıcıya nasıl dağıtılacağı gibi yüzlerce konuda karar verilmesi gereklidir.

Bir yöneticinin işletme kaynaklarını etkin şekilde idare edebilmesi, bu kaynakları iyi **planlayabilme**, **örgütleyebilme**, **koordine etme** ve **kontrol etme** becerisine bağlıdır. Yönetim fonksiyonları adı verilen bu dört faaliyet bir yöneticinin görevlerinin ne olduğunu özetlemektedir.



3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

Yönetici

Girişimcilik penceresinden bakıldığında, girişimci ile yöneticinin bazı işletmelerde ayrıldığı görülmektedir. Gerçekten de işletmeler ilk kurulduğunda, sermaye sahibi, girişimci, yönetici aynı kişiyi ifade ederken, belirli bir büyüklüğe ulaşıldığında yapılması gereken işler artıkça ve farklılaştıkça bu görevler farklı kişileri tanımlamaya başlayacaktır. Örneğin, bir kişinin kendi sermayesi ve kurumların yeni girişimcilere verdiği destek ile küçük bir bakkal dükkânı açtığını varsayalım. Bu aşamada, girişimci, sermayedar ve yönetici kendisi olacaktır. Zamanla bu işletmenin işlerinin iyi gitmesiyle girişimcimizin yeni ortaklar bulduğunu ve bu ortaklarla işletmenin sermayesini artırarak ve bu sermaye ile birkaç şube daha açtığını ve orta ölçekli bir perakende zinciri haline geldiğini düşünelim. Bu durumda şirketin toplam sermayesi artmış ancak girişimcinin şirketteki ortaklık payı azalmış, işler büyüdüğü için de girişimci profesyonel yönetici istihdam etmiştir. Bu durumda girişimci, sermayedar ve yönetici farklı kişilerin rollerini tanımlamaya başlamıştır. Bu durumda yöneticilik ile girişimcilik farklı kavramlar haline gelmeye başlamıştır.

Bu kapsamda yönetici, girişimcinin belirlediği amaç doğrultusunda işletme kaynaklarını sevk ve idare eden kişi şeklinde tanımlanabilir

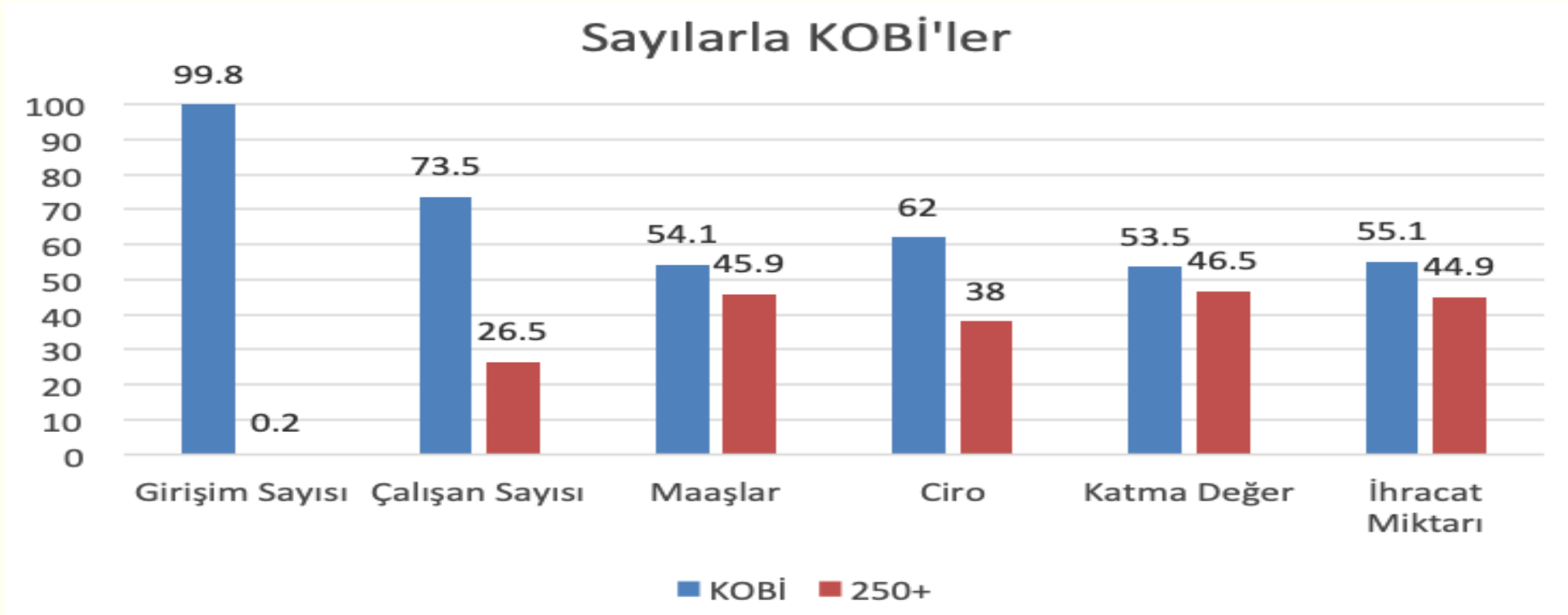
3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

KOBİ: Ülkemizde geçerli olan KOBİ tanımı mikro, küçük, orta ölçekteki işletmeleri içine almaktadır. Buna göre;

- a) Mikro işletme: 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 3.000.000 TL'yi aşmayan işletmelerdir.
- b) Küçük işletme: 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 25.000.000 TL'yi aşmayan işletmelerdir
- c) Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125.000.000 TL'yi aşmayan işletmelerdir

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

KOBİ'lerin Önemi:



Kaynak: TÜİK Haber Bülteni, KOBİ İstatistikleri 2016, Sayı: 21540

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

KOBİ'lerin Avantajları:

- ✓ Tüketici tercihlerine göre tedarik, üretim ve pazarlama sistemleri daha esnektir.
- ✓ Potansiyelin düşük olduğu pazarlarda faaliyet gösterebilirler.
- ✓ Pazar ve müşteriye yakınlıkları daha fazladır.
- ✓ Yenilik fırsatlarını daha iyi saptayıp değerlendirebilirler.
- ✓ Teknolojik yeniliklerde daha verimlidirler.
- ✓ Yakın ve samimi ilişkiler kurarak çalışanların motivasyonlarını artırabilirler.
- ✓ Pazarda büyük işletmelerin bıraktığı boşlukları hızla doldurabilirler.
- ✓ Daha az bürokrasi vardır.
- ✓ Küçük birikimlerle kurulabilir ve toplumun girişimcilik potansiyelini gösterebilirler.
- ✓ Teşvikli fonlardan daha fazla yararlanabilirler.
- ✓ Büyük işletmelerin tamamlayıcısıdır.

3. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

KOBİ'lerin Dezavantajları

- ✓ Bilgili ve tecrübeli personel eksikliği,
- ✓ Düşük miktarlı tedarik nedeniyle üretim maliyetlerinin yüksek olması,
- ✓ Büyük işletmelerin fiyat rekabetine dayanıksızlık,
- ✓ Satış dalgalanmalarının yüksek olması,
- ✓ Karar almada tek yöneticiye bağımlı olmak

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Öz Yeterlilik: Öz yeterlilik, kişinin istenen bir sonuca ulaşmada veya belirli bir durumda sergileyebileceği bilgi ve yeteneklerine olan inancı olarak tanımlanmaktadır.

Özellikle belirsizliğin ve rekabet düzeyinin yüksek olduğu durumlarda, girişimcinin koymuş olduğu hedefe varma konusundaki inancının yüksek olması, kendi yeterliliklerine güvenmesi önemli bir konudur. Girişimcilik, pek çok engel ve macerayla dolu bir yolculuktur. Bu yolculukta girişimciler çoğu zaman beklenmedik sürprizlerle karşılaşabilmektedir. Bu olumsuz durumlarla baş etmek için girişimcinin hedefe ulaşma konusunda kendine güvenmesi ve kararlılıkla bu doğrultuda hareket etmesi gerekmektedir. Aksi takdirde ilk olumsuz durumla karşılaştığında ki bu kesinlikle olacaktır hemen moralini bozarak hedefine ulaşmayı imkânsız hale getirebilir. Bu nedenle öz yeterlilik düzeyinin yüksek olması girişimcilik başarısının en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir.

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Yenilikçilik: Başlangıçta da belirtildiği üzere yenilik yapma, girişimciyi diğer meslek gruplarından ayıran ve girişimcinin bir işletmedeki temel sorumluluk alanını gösteren bir özelliktir. Burada sözü edilen yenilik elbette sadece ürünleri değil, hizmetleri, yeni pazarlar yaratmayı, yeni dağıtım kanallarına girmeyi, süreçleri farklılaştırmayı da kapsamaktadır.

Girişimci sürekli olarak bu konularla ilgili olarak pazar fırsatlarını gözlemleyen ve piyasadaki gelişmeleri işletmesine entegre etmenin yollarını arayan veya Ar-Ge süreçleri ile bu yenilikleri bizzat ortaya çıkartan kişidir. Elbette yenilikle yoğun şekilde uğraşma sorumluluğu; meraklı olma, gözlem yapabilme becerisi, araştırma yapmayı sevme gibi bir takım özellikleri de beraberinde getirecektir.

“Sunduğum ürünü nasıl daha iyi yaparım, hizmet verdiğim müşteri kitlesini nasıl daha iyi tatmin ederim, hitap ettiğim pazarda farklılık yapabilir miyim?”

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Risk Alma: Risk alma, girişimciliğin ilk tanımlandığı 1730'lu yıllardan günümüze kadar girişimciliğin temeli olan bir özelliği olarak ifade edilmektedir. Gerçekten de girişimcilikte sürekli olarak verilen gelecek yönlü kararlar, her zaman beklendiği gibi sonuçlanmayabilir. Örneğin, işletme kuruluş öncesi yaptığınız satış tahminleri, ürün pazara çıktıktan sonra tahmininizin altında kalabilir daha da kötüsü işletmeyi kapatmak zorunda bile kalabilirsiniz.

Bu nedenle girişimciliğin risk alma üzerinden tanımlanması, çok yanlış olmamakla birlikte eksik bir açıklamadır. Girişimci elbette bir takım riskler alarak bir girişimi meydana getirir ve bu çalıştırma sorumluluğunu üzerine alır. Ancak risk alma karar verme ile ilgili bir konudur ve karar verme durumunda olan herkes bu karar ile birlikte gelen riskleri de alacaktır. Karar verme yeteneği gelişmemiş, diğer bir ifade ile gerekli riskleri üstlenemeyen bir kişi iyi bir girişimci, iyi bir yönetici, iyi bir çalışan veya yatırımcı da olamayacaktır.

Örneğin, trafiğe çıktığımızda kaza yapma riski vb almış oluruz. Bu riski almak istemezsek, evden dışarı çıkmamak zorunda kalırız.

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Liderlik:İşletmecilik yönünden bakıldığında liderlik, çalışanların davranışlarını işletme amaçları doğrultusunda yönlendirmek ve onları bu amaçlara ulaşacak davranışları gösterme konusunda ikna etmektir. Bu nedenle liderlik sürecinde, çalışanların beğenisini kazanma, onları işletme vizyonu konusunda ikna etme konuları öne çıkmaktadır. Liderlik, çalışanları görevlerini yapma konusunda zor kullanarak değil, ikna gücünü kullanarak onların davranışlarını etkileme sonucu ortaya çıkar. Dolayısıyla, liderin en önemli özelliği, çalışanlarda saygınlık uyandırarak onları, kendi vizyonu doğrultusunda eyleme geçmeye ikna edebilmesidir.

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Liderlik ve yöneticilik, çoğu zaman birbiriyle aynı anlamda kullanılmaktadır. Yöneticilik çoğu zaman bir yönetsel makamı (genel müdür, müdür, şef vs.) ifade ederken, liderlik makamdan kaynaklanmayan, kişisel özellikler bütününe ifade etmektedir.

Yöneticilik ile liderlik arasındaki farklılıklar:

- ✓ Yöneticilik bir meslek uygulaması, liderlik insanları etkileme ve harekete geçirme faaliyetleridir.
- ✓ Yöneticilik bir organizasyon yapısı içinde gerçekleşir, liderlik için bir organizasyonel yapı olmak zorunlu değildir.
- ✓ Yöneticilik, tanımlı hedeflere ulaştıracak işlerin en etkin şekilde yapılması ile ilgilidir, liderlik ise hedeflerin ve yapılacak işlerin belirlenmesi ile ilgilidir.
- ✓ Yönetici, sahip olduğu makama verilen yetkileri kullanarak iş yaptırır, liderler ise insanları kişisel özellikleri, davranışları ve insanlara verdiği vizyon, güven ve ilhamla harekete geçirir.
- ✓ Yöneticinin bir görev tanımı vardır, liderin ise bir görev tanımı yoktur.
- ✓ Yöneticilik, verilen hedefe ulaşma, liderlik ise değişim ve dönüşüm yapabilme ile ilgilidir.
- ✓ Yönetici işleri doğru yapan, lider ise doğru işleri yapan kişidir.

4. BAŞARILI GİRİŞİMCİLERİN NİTELİK VE BECERİLERİ

Etkili liderin genel özellikleri:

- ✓ Dürüst ve güvenilir,
- ✓ Tutarlı,
- ✓ Azimli ve sabırlı,
- ✓ Kararlı,
- ✓ Kendine güvenen,
- ✓ Anlayışlı,
- ✓ İşbirliğine önem veren,
- ✓ Vizyon sahibi,
- ✓ İletişim yeteneği yüksek,
- ✓ Sorunlara yaratıcı çözümler üretebilen.

5. GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONLARI VE ENGELLERİ

Girişimcilik Motivasyonları

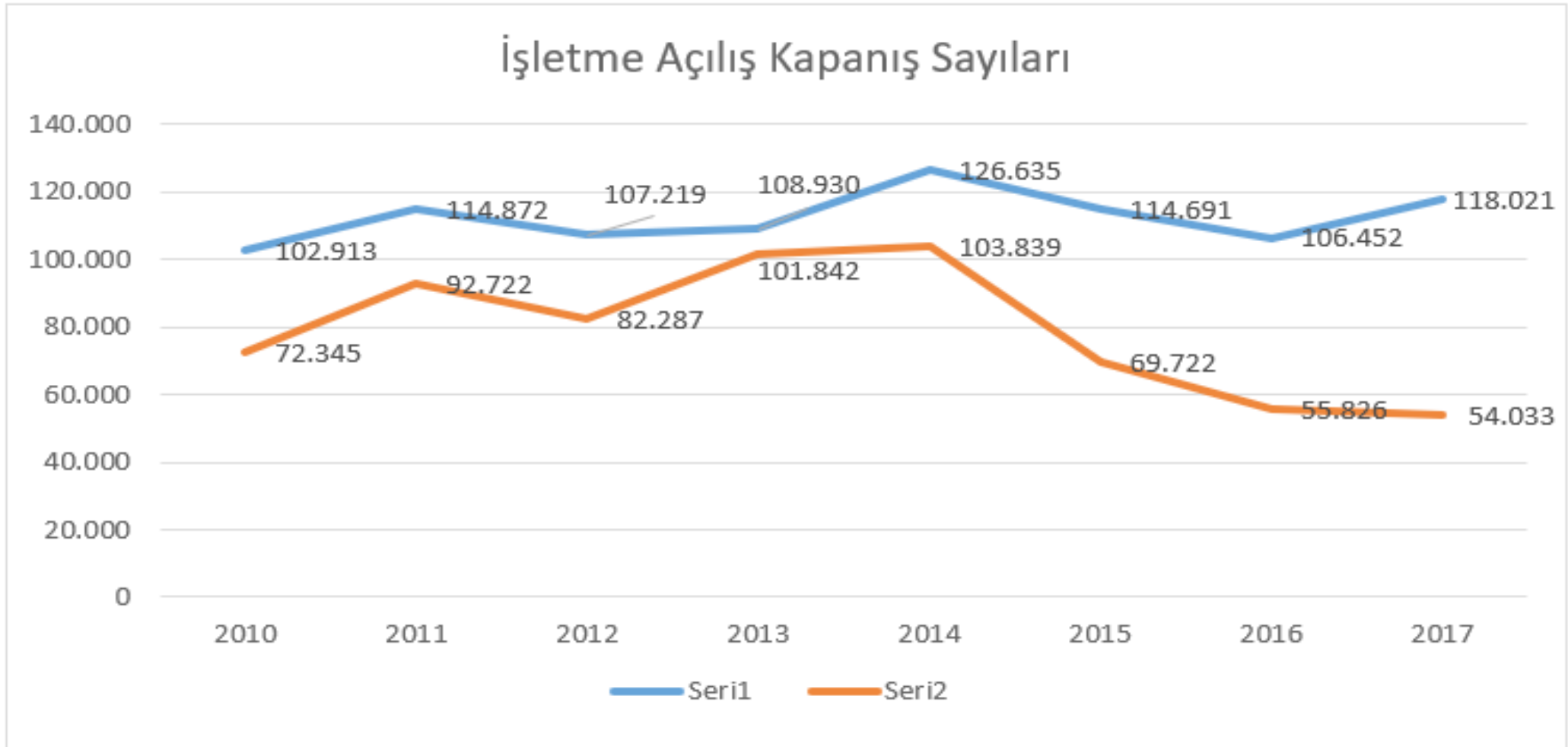
- ✓ Güvenliğe yönelik motivasyonlar
- ✓ Maddi (Dışsal) motivasyonlar
- ✓ Bireysel (İçsel) motivasyonlar
- ✓ Bağımsızlığa yönelik motivasyonlar

5. GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONLARI VE ENGELLERİ

Girişimcilikte Engeller

- ✓ Uzun çalışma saatleri
- ✓ Düzensiz Gelir
- ✓ Stresli Bir Yaşam

6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ



6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

✓ Kuruluş Öncesi Yeterli Araştırmanın Yapılmaması

Girişimcilikte en önemli kurallardan biri, özellikle kuruluş kararı vermeden önce yeterli düzeyde araştırmanın yapılması ardından da iş modeli ve iş planlarının oluşturularak potansiyel risklerin, ihtiyaçların tespit edilmesidir. Bu yolla girişimci adayı, henüz yatırıma girişmeden müşteri doğrulamasını gerçekleştirecektir. Bu nedenle girişimcilik uzmanları sıklıkla iş planı yaparken mutlaka dışarı çıkılmasını, diğer bir ifade ile potansiyel müşterilerin analiz edilmesini, kilit kişiler ile ilişkilerin geliştirilmesini önermektedir.

6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

✓ Ölçüsüz Büyüme

Girişimlerin kuruluş ve büyüme dönemlerinde büyüme hızı önemli bir stratejik karar noktasını oluşturmaktadır. Özellikle nakit sıkışıklığının fazla olduğu kuruluş ve büyüme dönemlerinde işletmenin yapması gereken yatırım miktarını iyi hesaplaması ve büyümenin bir plan dâhilinde gerçekleştirilmesidir. Ölçüsüz büyüme sonucunda sadece küçük işletmeler değil, büyük işletmeler de iflasla yüz yüze kalabilmektedir.

6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

✓Nakit Yetersizliği

İşletmelerde finansal kaynak yetersizliği, başarısızlıkta en genelgeçer nedenlerin başında gelmektedir. Gerçekten de işletme kapanışları yüzeysel olarak incelendiğinde, en önemli nedenin finansal kaynak, özkaynak yetersizliği olduğu görülebilir. Ancak bu nedenin bir sonuç olduğunu akıldan çıkarmamak gerekir. Sonuç olarak ekonomik bir varlık olarak işletmenin başarısızlığı finansal bir sorunu ifade eder. Diğer bir ifade ile finansal kaynaklarında sorun olmayan bir işletmenin iflas etmesi olanaklı değildir. Bu nedenle her işletme kapanışı veya iflasının finansal gerekçelerle olduğu ileri sürülebilir. Ancak bu finansal sorunlara yol açan gerekçeler farklı olacaktır. Bu nedenle finansal kaynak yetersizliği bir başarısızlık olsa da bunu ortaya çıkartan nedenlerin üzerinde durulması daha anlamlı olacaktır.

6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

✓ Girişimci ve Ekip ile İlgili Nedenler

Girişimcinin iş fikri geliştirme aşamasından itibaren uygulamadaki en önemli görevi, üretmek istediği ürün / hizmet için gerekli niteliklere sahip olan ekibi kurmaktır. Bunun temel nedeni, girişimci ve ekibinin bilgi, beceri ve tecrübe eksikliğinden doğabilecek başarısızlıkların önüne geçmektir. Girişimci işi ile ilgili her konuda tecrübeli veya donanımlı olmayabilir. Bu durumda eksik olduğu konulardaki boşlukları dolduracak kilit insanları bir araya getirmeli ve bu ekibe liderlik yapabilmelidir. Bunun olmaması durumunda işletmenin iflasa sürüklenmesi neredeyse kaçınılmazdır.

6. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

✓ Çevresel Nedenler

İşletmenin faaliyet gösterdiği ekonomik, sosyal, kültürel, hukuki ve siyasal çevre özellikleri işletmenin başarısı ve başarısızlığının önemli bir belirleyicisidir. Tüm girişimciler, bu çevre özelliklerini yakından incelemeli ve çevresel değişimlere göre stratejik kararlarına yön vermelidir. Unutulmamalıdır ki çevre, işletmenin etkilendiği ve hem fırsatları hem de tercihleri bulunan gelişmeleri içinde barındırmaktadır. Bu nedenle girişimcinin zamanının önemli bir bölümü bu çevresel faktörlerin izlenmesi ve değerlendirilmesine ayrılmaktadır. Bu çevresel gelişmelerden bazıları bu izleme ve yakından takip ile tahmin edilebilirken bazıları maalesef çok ani gelişebilmektedir. Örneğin, hayvansal gıda ticareti yapan bir işletmenin, bölgesinde aniden başlayan şarbon hastalığından olumsuz etkilenmemesi olanaksızdır.

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

- a- Fırsatların Tespiti
- b- İş Modeli ve İş Planı Geliştirme
- c- Kaynakların Bulunması
- d- Büyüme ve Çıkış

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

a- Fırsatların Tespiti

Girişimcilikte değer her zaman iki konu üzerine kurgulanmak zorundadır: Fırsat ve sorunlar. Başarılı bir girişimci için henüz karşılanmayan veya yeterince nitelikli karşılanmamış istek ve ihtiyaçlar kadar insanların yaşadığı sorunlar da önemli fırsatları içinde barındırır. Örneğin, "yemeksepeti.com" firması, Türkiye'de henüz mevcut olmayan yemek sipariş hizmetini bize sunarak pazarda çok önemli bir başarı kazanmıştır. Bu fırsat tespiti, girişimcinin pazarda eksikliğini gördüğü bir hizmeti ortaya çıkarmış ve girişimcisine çok para ve şöhret kazandırmıştır. Ancak sadece fırsatlar değil, insanların yaşadığı sorunlar da fırsata dönüştürülebilir. Yemeksepeti örneği tersinden incelenirse firma, evine yemek sipariş vermede sorun yaşayan (kısıtlı seçenek, kötü servis vs) kişilere nitelikli çözümler üretmiştir. Dolayısıyla girişimcilikte fırsat veya sorun aslında aynı anlama gelmektedir.

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

a- Fırsatların Tespiti: Yeni fırsat arayan girişimciler, rakiplerini aynen taklit etmek yerine fırsat olarak kullanabileceği fikir kaynaklarını araştırmak ve bunları sürekli olarak gözden geçirmek durumundadır. Bu kaynaklar şunlardır;

- ✓Ekonomik faktörlerdeki değişimler
- ✓Teknolojik değişimler
- ✓Demografik eğilimlerdeki değişimler
- ✓Yasal çevredeki değişimler

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

a- Fırsatların Tespiti:

Mevcut ürün veya hizmetlerin incelenmesi ile ilgili olarak girişimcilerin şu konuları değerlendirmeleri yararlı olacaktır:

- ✓ Ürün ve hizmetin fiyatını veya gelir modelini değiştirmek
- ✓ Ürün veya hizmetin dağıtım kanalını değiştirmek
- ✓ Ürün veya hizmetin iletişim biçimini değiştirmek
- ✓ Ürün veya hizmet içeriğini değiştirmek
- ✓ Ürün veya hizmetin hedef kitesini değiştirmek
- ✓ Üretim sürecini değiştirmek

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

b-İş Modeli ve İş Planı Geliştirme

Fırsatların tespit edilmesi girişimciliğin ilk ve önemli adımı olduğu halde, bireyi girişimci yapan temel özellik, tespit ettiği fikir temelinde gerekli faaliyetleri yürüterek somut adımlar atmaktır. Bu nedenle iş fikrinin ortaya çıkartılmasından sonra gerekli adımlardan biri de iş fikrinin nasıl hayata geçirileceğinin temel bileşenlerinin ortaya konulduğu bir iş modeli ve buna paralel olarak yapılacak işin niteliğine ve kapsamına bağlı olarak da bir iş planı geliştirilmesi gereklidir. Bu faaliyetlerin temel amacı, yapılması düşünülen işin temel parçalarının belirlenerek işin yapılabilirliğinin kâğıt üzerinde ortaya konulmasıdır.

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

b- İş Modeli ve İş Planı Geliştirme: *İş modeli* işletmenin nasıl değer yaratacağı, bu değeri müşteriye nasıl ulaştırılacağı ve gelir elde edileceğinin kısa açıklamasıdır. *İş planları* ise iş modeline göre daha kapsamlı dokümanlardır.

İş planlarının içeriği sunulacak kitleye, hazırlanma amacına göre değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle standart bir içerikten söz edilemez. Örneğin, kamu kurumları, melek yatırım örgütleri, kuluçka merkezleri ve bankalar yatırım için başvuracak girişimcilerden hangi formatta bir iş planı istediklerini önceden ilan ederler. Bu kurumlardan yatırım talep edecek girişimciler de bu formata uygun bir iş planı hazırlarlar.

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

c- Kaynakların Bulunması

İş planının netleşmesinden sonraki adımda girişimcinin gerekli kaynakları bir araya getirerek faaliyetlerine başlaması gereklidir. Bu kaynaklar genel olarak insan, sermaye ve üretim araçlarından oluşmaktadır. İş planındaki gelişmelere bağlı olarak girişimcinin gerekli sermaye miktarını, kişilerin belirli yetkinliklerini ve ürün/hizmetin üretim ve pazarlaması için gerekli olan makineyi, ekipman ve tesisini uyumlu şekilde bir araya getirmesi gereklidir. Bu kaynaklar arasında başarıda en önemli rolü oynayan kaynak ise insandır. Girişimci, çoğu zaman tek başına değil bir ekip ile birlikte girişimcilik yolculuğuna çıkmaktadır. Bu yolculukta girişimcinin başarısı da çoğu zaman ekibin işini iyi yapmasına bağlı olarak değişmektedir.

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

c- Kaynakların Bulunması

- Girişimcinin bulması gereken ikinci önemli kaynağı ise sermayedir. Gereklili olan sermayenin tamamının girişimcinin kendisi tarafından konulması durumunda herhangi bir kaynak arayışı gerekli değildir. Ancak günümüzün şirketlerine bakıldığında genellikle birden fazla ortağı bulunan işletmelerin sayısının çok yüksek olduğu görülmektedir. O nedenle girişimci kuruluş aşamasında şu kaynaklardan gerekli sermayeyi bulabilecektir:
- Öz sermaye
- Arkadaşlar ve aile
- Melek yatırımcılar
- Banka kredileri
- Kamu fonları

7. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

d- Büyüme ve Çıkış

İşletmeler, batmak veya kapanmak için kurulmazlar. O nedenle girişimcinin kuruluş aşaması gibi, yüksek miktarda nakit çıkışı gerektiren aşamayı bir an önce atlatıp kendi kendini finanse edebilen, gerekli olan nakdi satış gelirlerinden elde edebilen bir aşamaya geçmesi gereklidir. Ancak maalesef kurulan işletmelerin sadece % 40'ı ilk iki yıl içinde faaliyetlerine devam edebilmekte, kalan % 60'ı faaliyetlerine son vermektedir.

Kurulan işletmenin büyüme aşamasına geçişinin hızlı olması, bir yandan finansal kaynakların verimli kullanılmasını gerektirirken diğer yandan stratejilerin de doğru ve zamanında belirlenmesini gerektirmektedir. Bu nedenle girişimcinin yeniliğe önem vermesi, ilişki ağını geliştirmesi (müşteri, tedarikçi, dağıtıcı vs) ve işine yatırım yapması önemli hale gelmektedir.

8. GİRİŞİMCİLİK EFSANELERİ

- Girişimcilik sürecinde en önemli konu iş fikridir
- İş fikri çok karmaşık ise başarı garantidir
- Ürün kimsede yoksa başarı garantidir
- İşletme özkaynakla kurulacaksa iş planı hazırlamak gereksiz

8. GİRİŞİMCİLİK EFSANELERİ

- İş fikrini kimseyle paylaşma
- Başarısız girişimciye güvenilmez
- Girişimciler risk almayı sever
- Girişimcilik parası olanların işidir

BIOTA

Bitkilerin sunduğu çözümleri ortaya çıkarmak onun için artık bir hobi olmuştu. Hobi olarak başladığı bu iş onun için artık bir meraka dönüşmüştü. Askerlik bittikten sonra günlerini laboratuvarlarda geçirdi. Kadınların bıyık bölgesindeki aşırı kılınmayı önleyici bir formül geliştirmek için günlerce araştırmalar ve deneyler ile uğraştı. Çalışmalarını ailesinden gizli yürütüyordu. Zira hem eşi, hem de anne ve babasından destek alamayacağını biliyordu. Ailesi, “kıldan tüyden iş olmaz” diyerek onu vazgeçirmeye çalışıyordu ve onun devlet memuru olmasını istiyordu. Deneylerini ilk olarak evinde mutfak tezgâhında yapıyordu. Eşi bu durumdan rahatsız olunca deneylerine evin dışında devam etti. Binlerce deney sonucu geliştirdiği formüller ile ilk olarak Bioder ürününü keşfetti. Devamında ise saçların dökülmesini engelleyen Bioxcin’in formülünü buldu. Cihat Dünder Bioder ve Bioxcin’in ortaya çıkış sürecini şu sözlerle özetlemektedir:

“Bu işe hobi olarak başladım. Günlerim laboratuvarlarda geçti. Önce tüyleri azaltan Bioder ürününü keşfettim. Bu formül üzerinde çalışırken, bugün alanında pazar lideri olan Bioxcin ürünümüzün temelini oluşturan ‘saçların dökülmesini önleyen’ formülü buldum. Daha sonra da biriktirdiğim bu bilgiyi, kendi şirketimi kurarak insanların hizmetine sunmayı istedim. Bir hayal ile 2002 yılında başlayan yolculuğumuz, gururla belirtmeliyim ki bugün ülkemizde ve dünya çapında başarılarla devam ediyor”.

Sağlık ve güzellik sorunlarına etkin ve uzun vadeli bitkisel çözümler üretme amacıyla 2002 yılında kurulan Biota Laboratuvarları günümüzde Bioxcin, Bioder, Bioblas, Biomen, Restorex ve Nutraxin gibi markaları barındırmaktadır. Yüzde yüz Türk şirketi olan Biota, 2002 yılında 15-20 kişi ile başladığı üretimine bugün yüzlerce çalışan ile devam etmektedir. Biota fabrikası bugün Türkiye’nin ilk, Avrupa’nın ise üçüncü en büyük dermokozmetik tesisi olarak çalışmalarına devam etmektedir. Cihat Dünder’in genç girişimcilere ise tavsiyesi şu şekildedir:

“Başarılı bir girişim için ilk etapta paraya gerek yok. Paradan daha öncelikli olan inanç, azim ve cesarettir. Gençlerin bunu anlaması gerekmektedir.”

Eren Bali, Malatya'da doğdu. Birinci sınıftan beşinci sınıfa kadar tüm öğrencilerin aynı sınıfta, tek bir öğretmenle eğitim gördüğü bir ilkokulda eğitim aldı. Bu dönemlerde, İnternetteki eğitim siteleri aracılığı ile geliştirdiği Matematik bilgisi sayesinde Malatya Fen Lisesi'ni, sonrasında da ODTÜ'yü kazandı. Başarılı öğrencilik yıllarından sonra Eren Bali, bu sürede çektiği sıkıntıları çözmek üzere bir iş fikri geliştirdi. Ekip arkadaşı Oktay Çağlar ile eğitim vermek isteyenler ile almak isteyenleri buluşturduğu bir eğitim portalı tasarladı. Geliştirdiği iş fikrini çoğu ABD'de bulunan 50 yatırımcıya anlattı ancak hepsinden ret aldı. Yine de yılmayan ekip, sonunda bir yatırımcıyı fikre inandırmayı başardı ve aldığı yatırım ile "udemy.com"u kurdu. Bugün ABD'de bulunan meşhur Silikon Vadisi'nin önemli girişimleri arasında sayılan udemy.com'un 500 binden fazla kayıtlı öğrencisi var ve eğitim platformunun 2016 yılındaki piyasa değeri 710 milyon \$ düzeyinde. Eren Bali, udemy.com ile elde ettiği başarıyı, sağlık girişimi olan Carbon Health ile devam ettirme yolunda ilerlemektedir.

Tazedirekt.com firması, özellikle büyük şehirlerde yaşayan tüketicilerin organik gıda ihtiyacını karşılamak amacıyla 2014 yılında kuruldu. Türkiye'nin en meşhur yatırımcılarından olan Hasan Aslanoba'nın yatırım yaptığı firma, 2016 yılına geldiğinde kapanmak zorunda kalmıştı. Firmanın yatırımcısı Aslanoba, firmayı neden kapattığını şu şekilde ifade etmişti:

"Karlılığı yakalamak için 4-5 yıl zarar etme riskini göze almıştım, ancak bütçelediğim zarar ile gerçekleşen zarar arasında büyük uçurum oluşmaya başlamıştı. Kesin kapatmaya karar vermeden önce kar/zarar tablolarında çok farklı senaryolar çalıştım, ancak çıkış yolu bulamadım. Sonunda şah-mat olduğuma karar verip hızlıca kapatma kararımı uyguladım"(https://webrazzi.com/2016/03/02/hasan-aslanoba-tazedirekti-neden-kapattigini-anlattı)

Görüldüğü gibi firmanın ölüm vadisinde geçirdiği aşama, diğer bir ifade ile kuruluş ve faaliyetlerini tamamen müşteri gelirlerine finanse ettiği sürenin uzaması firma iflaslarında önemli bir nedendir. Aslanoba, kara geçiş süresinin uzamasını ise iyi bir ekibin olmayışı ve hızlı büyümek için müşteriye sunulan değer altında bir fiyatlama yapılmasına bağlamıştı. Tazedirekt.com örneği, iş modeli ne kadar iyi kurgulanırsa kurgulansın, iyi bir ekip ve planlama olmadan girişimin başarılı olamayacağını göstermektedir.