

GİRİŞİMCİLİK NOT

1.1.Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı bireysel ve toplumsal anlamda refah ve gelişim sağladığı için pek çok araştırmacının konusu ve günümüzün de en çok tartışılan, desteklenen ve gelişimi için çaba harcanan konulardan biri olmuştur.

Fransızca “**entreprendre**” ve Almanca “**unternehmen**” kelimelerinden türetilen ve İngilizce “**entrepreneunership**” olarak literatürde kullanılan bir kavramdır ve Türkçe anlamı; “**üstlenmek**” tir.

- ***Girişimci:*** Girişimde bulunan kişi
- ***Girişimcilik:*** Girişimci kişinin yaptığı iş
- ***Girişimsel:*** Girişimcinin sahip olduğu yaklaşım
- ***Girişimsel süreç:*** Girişimcinin işini yaparken geçirdiği evreler

Girişimcilik: Yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını

kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Girişimcinin zenginlik üretirken üç temel kaynağı vardır. Kendi enerjisi ve gücü, erişebildiği sermaye ve ilişki kurduğu insanlar...

1.2.Girişimci Kimdir?

Girişimci, mal ve hizmet üretmek için gereken bir üretim faktörüdür. Üretim için gereken diğer faktörler doğal kaynaklar, emek, sermaye ve teknolojidir. TÜSİAD girişimciyi, bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir diye tanımlamaktadır.

Girişimci;

- “Henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişidir”.
- “İş planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da karlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisi gösteren kişidir”.
- “Toplumun ihtiyaç duyduğu, dolayısıyla talep olunabilir bir mal veya hizmeti bulup onu üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ön ayak olan kişidir.”
- “Çevresine bakmasını ve ihtiyaçları görmesini bilen, bu ihtiyaçları bir iş fikrine çevirebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen, iş yapabilmek için gereken kaynaklara sahip olmasa bile bunları bir araya getirebilen kişidir”.
- Kısaca girişimci; bir iş fikrine dayalı olarak kendi işini kurmak isteyen gerçek veya tüzel kişilerdir.

1.3.GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

Başarıya ulaşmış girişimcilik hikayelerinden yola çıkılarak yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan başarılı girişimcilerin sahip olması gereken özellikler; risk alabilme, yenilikçilik, yaratıcılık, belirsizliklere karşı durabilme, içsel denetim ve özgüven, belirsizlikten öğrenme, duygusal zeka, liderlik, bağımsızlık, çok yönlü düşünebilme, ileriye görme, iş bitiricilik, esneklik, planlı hareket etme, çalışkanlık, sorumluluk, ikna yeteneği, dürüstlük, değişkenlikleri benimseme ve adapte olabilmelidir.⁶ Bridge(1998) ve Litunnen(2000)’in girişimcilerin karakteristik özelliklerine ilişkin yaptıkları çalışmalara göre

belirtilen bu kişisel özellikler, kişinin hayat tecrübelerinden, bulunduğu örgütün yapısından, toplumsal kültürün özelliklerinden etkilenmektedir.

1.4.Girişimcilikle İlgili Benzer ve Karıştırılan Kavramlar

Esnaf: Tacirle işçi arasında bir konumdadır. Geliri sermayesinden çok emeğine dayanan ve ancak geçimini sağlayacak kadar geliri olan kimsedir (Türk Ticaret Kanunu - TTK)

Tüccar (Tacir): Bir işletmeyi kısmen de olsa kendi adına işleten kişidir.

İşletme / Fabrika Sahibi – Patron

- ***İşletme / Fabrika sahibi;*** işletmenin mülkiyeti ile ilgili istediği tasarruf hakkı olan kişidir.
- ***Patron;*** sermaye sahibi ile girişimci arasında kalan bir kavramdır... işletme / fabrika yönetiminden çok aile servetinin yönetimi ile ilgili olan kişidir.

Yönetici / Profesyonel Yönetici

- ***Yönetici;*** Belirli bir süre içinde, emrine verilmiş olan maddi ve beşeri üretim faktörlerini, amaçlar belirleyerek ya da belirlenmiş amaçları gerçekleştirmek için çevredeki gelişmeleri dikkate alarak yönlendiren ve sahip olduğu kaynakların verimliliğinden sorumlu olan kişidir.
- ***Profesyonel Yönetici;*** yönetim işini kendine meslek edinerek işletmenin sahibi haline gelmeden girişimcinin yaptığı her işi yapan ve bu hizmetleri karşılığında maaş alan kişilerdir.

Yöneticiyi girişimciden ayıran en önemli özellik, yönetim fonksiyonun kâr ve riskin başkalarına ait olmak üzere yerine getirilmesidir.

“Girişimci evi inşa eder ve anında bir sonrakini planlamaya başlar. Yönetici bir ev inşa eder ve sonuna kadar orada yaşar.” (Gerber,2001)

Lider: Bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme bilgi ve yeteneklerinin toplamıdır.

Yönetici ile lideri ayıran fark; kişileri ve grubu etkilerken kullandıkları gücün farklı olmasında yatar. Yönetici kendisine verilen formel yetkisini, başka bir deyişle yasal gücünü kullanırken, lider kendi kişisel özelliklerinden kaynaklanan gücünü kullanır. İşletmeyi belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi yönünde yönlendirebilmesi için bir yöneticinin liderlik niteliğine de sahip olması gerektiği açıktır.

Bir toplumda doğal kaynaklar, emek ve sermaye bulunabilir. Ama bunları bir araya getirip üretim yapabilecek girişimcilerin sayısı az ise, o ülkede, üretim yetersizliği ve işsizlik söz konusu olacaktır. Az gelişmiş ülkelerin kalkınamama nedenlerini araştıran bazı iktisatçılar bu ülkelerde girişimcilere değer verilmediğini ve girişimcilik ruhuna sahip insanların az olduklarını saptamışlardır. Üzerinde durulması gereken hususlar şöyle ifade edilebilir;

Sadece para kazanmak girişimcilik değildir,

Gerçek girişimci için para kazanma, etkin bir rekabet ortamında olabilmelidir,

Girişimci sürekli piyasayı takip eden, fırsatları yakalayıp değerlendiren, riske giren ve sonuç olarak katma değer yaratan kişidir.

1.5.GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Babson College ve London School of Economics işbirliği ile oluşturulan Dünya Girişimcilik Platformunun araştırmalarından görüldüğü üzere girişimciliği etkileyen iki ana faktör bulunmaktadır.⁷

- Girişimcilik alt yapısı; devlet politikaları, devlet programları, eğitim, finans, Ar-Ge transferi, ticari alt yapı, iç pazarın dışa açık olması, fiziksel altyapı ve kültürel normlar.
- Ülke alt yapısı; devletin rolü, ekonominin dışa açıklığı, finans sektörünün etkinliği, teknoloji yoğunluğu, esnek işgücü pazarı, yasal kurumlar, ekonomik büyüme, sosyal, politik ve kültürel ortam.

Ayrıca bilindiği gibi insan, sermaye, organizasyon yapısı, amaç , strateji, bilgi ve teknoloji de girişimi oluşturan ve girişimcilik için önem taşıyan, olumlu etki yaratan faktörlerdir.

Gelecek

Artan rekabet, yenilenen ihtiyaçlar girişimcilik için hem fırsat hem tehdit olmaktadır. Belirsizlik altında karar verme gereği, globalleşen pazarlar girişimciliği zorlaştırmaktadır. Spesifikleşen ihtiyaçlar ve fon kaynaklarının fazlalığı ise girişimciliği gelecekte körükleyen başlıca unsurlar olacaktır.

1.7.Girişimci Profili

- Sorumluluk Alma İsteğine Sahip Olan
- Risk Alabilen
- Başarıya Ulaşma İsteği ve Enerjisi Güçlü
- İhtiyaçları Analiz Edebilen, Fırsatları ve Geleceği Sezebilen
- Vizyonunu Gerçeğe Geirebilen, Fırsatları İş Fikrine Dnştrebilen
- Başarıyı Paradan Daha çok önemseyen
- Değişen Olaylara Dayanabilen
- Değişiklikleri Benimseyebilen, Adapte Olabilen

Başarılı bir girişimci olabilmek için;

- Üretim için kaynak bulabilmek ve bu kaynakları btnleştirebilmek
- retebilmek
- rettiğini satabilmek gereklidir...

2.GİRİşİMCİLİğİN TEMELİ İşLETMECİLİK, TÜRLERİ VE FAALİYET ALANLARI

2.1.İşletmecilik Kavramı

İşletme: İşletmenin ne olduğuna ilişkin çeşitli tanımlar yer almaktadır:

- “İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için işletilen sosyal ve ekonomik yapı.”
- “Belirli nedenlerle ortaya çıkan gereksinimlerin uyumlu biçimde doyrulmasını sağlayan, gereksinimler ile onların doyrulması arasında bağıntı kuran birimdir.”
- “retim öğelerinin planlı olarak birleştirilmesiyle malların ve hizmetlerin ortaya konulduğu örgütlenmiş ekonomik ve teknik bir kurumdur.”

- Belli ölçüde kar elde etmek ve hizmet yaratmak amacıyla üretim faktörlerini bilinçli ve sistemli olarak bir araya getirip üreten ve/veya pazarlayan ekonomik, sosyal ve teknik kuruluşlardır.

Üretim: Fayda yaratacak mal ve hizmetler, insan emeği ve kapitalin doğal kaynaklara uygulanmasıyla ortaya çıkar. Bu işleme üretim denmektedir.

Ekonomik Mal / Hizmet: İnsan gereksinimlerinin karşılanmasına yarayan ve genellikle parayla ya da başka mal ve hizmetlerle değişimi yapılan araçlara ekonomik mal / hizmet denir. Ekonomik mal/hizmetin en önemli özellikleri:

- Faydalı olması
- Kıt olması (ekonomik değer taşırlar, parayla alınıp satılırlar)

2.2.Üretim Faktörleri

- **Doğal kaynaklar** (toprak, su, maden, enerji....)
- **Emek** (insanların veya işgörenlerin bir işte ortaya koydukları bedensel ve zihinsel çabalar)
- **Sermaye** (işletmenin amacına ve üretim faaliyetlerine uygun olarak toplanmış arazi, bina gibi maddi ve lisans, teknik bilgi gibi maddi olmayan varlıkların tümü)
- **Girişimci** (işletmeyi kuran, mal ve hizmet üretimi ve pazarlaması için üretim faktörlerini bir araya getirip birleştiren, kar amacı güden ve risk alan kişi)
- **Teknoloji** (mal ve hizmetlerin tasarımı, üretimi, geliştirilmesi ve pazarlanması gibi işlevleri olanaklı kılan mühendislik ve yönetime ilişkin bilgilerin tümü)

2.3.İşletme Olmanın Özellikleri

- Bağımsızlık
- Süreklilik
- Hukuki varlık
- Borçlanabilmek
- Alacaklanabilmek
- Risk altına girebilmek

21. yüzyıla girdiğimiz bu dönemde işletmelerin sahip olması gereken özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Kalite bilinci
- Hizmet bilinci
- Çevre değişimlerine daha fazla tepki verme
- Çabuk değişebilme
- Rakiplerine göre farklı ürün üretebilme
- Pazar (nişleri) boşlukları yaratabilme
- Yüksek katma değerli ürün üretebilme
- Daha az hiyerarşik kademesi olan organizasyona sahip olma
- Yüksek eğitilmiş esnek insanları barındırma

2.4.İşletmenin Amaçları

Genel Amaçlar

- Kar elde etmek
- Topluma hizmet
- İşletme yaşamını sürekli kılmak

Özel Amaçlar

- Tüketicilere sürekli kaliteli mal/hizmet sunmak
- Çalışanlara iyi maaş verebilmek
- Topluma ve devlete hizmet
- İşletmede istihdamı sürekli kılmak

2.5.İşletme İlkeleri

Kârlılık (Rantabilite): Elde edilen kâr ile bu kârı elde etmek için kullanılan sermayenin birbirine oranıdır. Kârlılık parasal bir kavramdır.

Verimlilik (Prodüktivite): Çıktı (üretim) ile girdi (üretim faktörleri) arasında ilişki kuran bir kavramdır. Elde edilen toplam fiziksel gelirin (üretim sonucu, çıktı) kullanılan fiziksel gidere (girdi, üretim faktörleri) oranıdır.

Ekonomiklik

Sosyal Sorumluluk: İşletmenin iç ve dış sorumlulukları ile ilgilidir.

Kalite

2.6.İşletmenin Fonksiyonları: İşletmenin fonksiyonlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

- Üretim
- Pazarlama
- Finansman
- Muhasebe
- Yönetim

2.7.İŞLETME BİLİMİ

İşletme içi ve işletmeler arası olay ve faaliyetlerle ilgili sebep-sonuç ilişkilerini ele alarak, bir işletmenin amaçlarına en etkin bir şekilde nasıl ulaşacağını inceler.

2.7.1.İşletme Yönetimi

Yönetim bilimi ile uğraşanlar yönetimin bir otorite sistemi olduğunu ifade eder. Buna göre örgüt yöneten ve yönetilenler diye iki gruptan oluşur. Bu iki grup arasındaki ilişki otorite ilişkisidir. Yönetim belli amaçları diğer kişilerin çabaları ile gerçekleştirmektedir. Amaç ulaşılmak istenen sonuçtur. Yönetim denildiğinde akla genellikle üst düzey gelir. Ancak yönetim her örgütte çeşitli düzeyler için söz konusudur.

2.7.2.İşletme Yönetiminin Tanımları

- Bir işletmede amaca ulaşma yolunda girişilen çalışmaların düzenlenmesi ve ortak bir amaca yöneltme sürecidir.

- Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bireysel ve grupsal çabaların koordinasyonu ve işbirliği yapmaktır.
- Diğer kişilerin faaliyetleri aracılığı ile işlerin yapılmasıdır.
- Örgüt amaçlarının ekonomik ve etkin olarak gerçekleştirilmesi için faaliyetlerin planlanması, örgütlenmesi, yürütülmesi ve denetlenmesidir.

İşletme yönetimi belirli amaca ulaşmak için işletme kaynaklarını (fiziki-mali-beşeri);

- Planlamak
- Örgütlemek
- Yürütmek
- Koordine Etmek
- Yürütmek

ile ilgili faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır

2.7.3.Girişim – İşletme Ayrımı

- İşletme = Teknik birim
- Girişim = Hukuki + Finansal

Her girişim bir işletmedir... Her işletme girişim değildir...

2.7.4.İŞLETME TÜRLERİ

I. Faaliyet Alanlarına Göre İşletmeler

Üretici İşletmeler: Mal veya fiziksel ürün üreten tarım, inşaat ve sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler

Hizmet İşletmeleri: Hizmetin yerine getirilmesi veya hizmet üretimi ile uğraşan işletmeler

Satıcı İşletmeler veya Pazarlama Kurumları: Toptancılık ve perakendecilik yapan işletmeler

II. Tüketicilerin Türüne Göre İşletmeler

Üretim Malları Üreten İşletmeler: Bir işletmenin ürettiği mallar hemen tüketimde kullanılmayıp, başka bir malın üretimi için kullanılıyorsa, bu işletme üretim malı yapan işletmedir.

Tüketim Malları Üreten İşletmeler: Üretilen mallar en son tüketicilerin kullanımına yönelik olan ve herhangi bir malın üretiminde kullanılmayan mallardır.

III. Ürettikleri Mal / Hizmet Türüne Göre İşletmeler

Dayanıklı Mal Üreten İşletmeler: Bu işletmelerin ürettikleri mallar, niteliklerinden ötürü birden çok kez kullanılabilen ürünlerdir.

Dayanıksız Mal Üreten İşletmeler: Satın alındığında tüketilen veya çok sınırlı olarak kullanılabilen mal üreten işletmelerdir.

IV. Üretim Öğelerinin Üstünlüğüne Göre İşletmeler

Emek Yoğun İşletmeler: Bu tür işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerin toplam üretim maliyetinin büyük bölümünü işçilik ücretleri oluşturmaktadır.

Sermaye Yoğun İşletmeler: Toplam varlıkları içerisinde sabit varlık değerleri önemli yer tutan işletmelerdir.

Materyal Yoğun İşletmeler: Bu tür işletmelerde hammadde maliyetleri yüksektir. Hammadde kullanımı ortaya konulan malın maliyet yapısı içinde büyük yer tutmaktadır.

V. Üretim Araçlarının Mülkiyeti Açısından İşletmeler

Özel İşletmeler: Üretim araçları özel (gerçek ya da tüzel) kişilere aittir.

Kamu İşletmeleri: Sermayesinin tamamı veya yarısından fazlası devlete veya devletle anılan kamu tüzel kişilerine ait olan işletmelerdir.

Karma İşletmeler: Özel kişiler ile kamu tüzel kişilerinin bir arada kurdukları işletmelerdir.

Yabancı Sermayeli İşletmeler: Bu tür işletmeler mülkiyeti başka ülkelerin girişimcilerine ait olan kuruluşlardır.

VI.Büyükliklerine Göre İşletmeler

İşletme Büyüklüğü Ölçütleri

- Üretim miktarı, satış hasılatı, işletmenin sermaye tutarı, aktifler toplamı, işçi sayısı, kullanılan girdi miktarı, kullanılan makine ve tezgahların sayısı ve gücü, kullanılan arazinin büyüklüğü, sektördeki pazar payı...)
- İşletmenin hukuki yapısı, yönetim biçimi, faaliyet yeri ya da alanı...)

KOSGEB'e göre,

- Büyük Ölçekli (150 + çalışan)
- Orta Ölçekli (50–149)
- Küçük Ölçekli (1–49)

VII. Hukuki Yapılarına Göre İşletmeler

1. **Tek Kişi İşletmeleri:** Bir kişi tarafından sınırlı sermaye ile kurulan, tüzel kişiliği olmayan işletme türüdür. İşletmenin tüm faaliyetlerinden sahibi sorumlu bu nedenle işletme, sahibi ile özdeşleşmiş durumdadır. İşletmenin alacağı ya da borcu, işletme sahibinin alacağı ya da borcudur.
2. **Şirketler (Ortaklıklar):** Şirketler kendi içinde adi şirketler ve ticaret şirketleri olarak iki gruba ayrılmaktadır.

Adi Şirketler: Bir şirket, Türk Ticaret Kanunu'nda tanımlanan ticari işletme tanımına girmiyorsa adi şirket olarak değerlendirilir. İki veya daha fazla kişinin ortak bir amaca ulaşmak için çalışmalarını ve mallarını birleştirmesi anlaşmasıdır. İşletmenin her ortağı işletme borçlarından tüm mal varlığı ile sorumludur. Şirket kârı anlaşmada belirlenen oranlarda pay edilir ya da ortaklar kârı eşit oranda paylaşır.

Adi Şirket-Ticari İşletme Ayrımı

Adi şirketlerde şirket sözleşmesi sözlü ya da yazılı olabilirken, ticari işletmelerde yazılı olması zorunludur. Adi şirketler tüzel kişiliğe haiz değilken, ticaret şirketleri tüzel kişiliğe sahiptir. Tüzel kişilik, işletmenin şirketi oluşturanlardan ayrı bir kişiliğe sahip olması anlamına gelmektedir.

Ticaret Şirketleri: Ticaret şirketleri şahıs şirketi veya sermaye şirketi olabilmektedir.

a. Şahıs Şirketleri

- *Kolektif Şirketler:* Gerçek kişiler tarafından kurulabilmektedir. Ortakları şirket alacaklılarına sadece şirket sermayesi ile değil, tüm mal varlığı ile ve müteselsilen (zincirleme) sorumludur. Güven önemli olup, birbirini yakından tanıyan kişilerin kurmuş oldukları bir ortaklık türüdür.
- *Komandit Şirketler:* Sınırlı sorumluluğa sahip ortaklar komanditer ortak olarak tanımlanırken, sorumlulukları sınırlı olmayan ortaklar komandite ortaklar olarak tanımlanmaktadır. Bazı özellikleri bakımından kolektif şirkete, bazı özellikleri bakımından da limited şirkete benzediği için karma bir özelliğe sahiptir.

b. Sermaye Şirketleri

Şahıs şirketlerinden farklı olarak, sermaye şirketlerinde ortakların sorumluluğu sadece koymuş oldukları sermaye ile sınırlıdır. → en büyük avantajı.

- *Anonim Şirketler:* Tüzel kişiliğe haizdir. → Şirketi oluşturan hissedarların dışında şirketin kurumsal bir kişiliği vardır. İşletme sahipliğinin yani hissedarlığın devri kolaydır.
- *Limited Şirketler:* Özellikle küçük işletmelere yönelik dizayn edilmiş bir hukuki yapıdır. Şahıs işletmesi olmanın verdiği avantajlarla, sermaye şirketi olmanın avantajlarına sahiptir → KOBİ'lerin çoğu. Ortakların sorumluluğu sadece koymuş oldukları sermaye ile sınırlıdır. Ancak, ortaklar tarafından konulan sermaye için hisse senedi çıkarılamaz.
- *Sermayesi Paylara Bölünmüş Komandit*

Kooperatifler

3.GİRİŞİMCİ ÖRGÜT YAPISI OLARAK KOBİ' LER

3.1.KOBİ Nedir?

KOBİ tanımları ülkelere, kurum ve kuruluşlara, uzmanlara, ekonomik duruma ve sektöre göre değişkenlik göstermektedir. Resmi tanımlar sürekli değişse de konumuz olan KOBİ' leri en fazla 250 kişi çalıştıran ve sermayesinin %25'i başka şirket veya firmalara ait olmayan bağımsız kuruluşlar olarak tanımlayabiliriz. Bunların içerisinde çalışan sayısı 10'dan az olanları micro işletme, 10 - 50 arası çalışanı olan işletmeleri küçük, 50 - 250 arası kişiyi çalıştıran firmaları yaptıkları ciro'dan bağımsız olarak orta ölçekli firma olarak isimlendirebiliriz.

3.2.KOBİ' LERİN ORTAK ÖZELLİKLERİ

- Genellikle bireysel veya şahıs ortaklığı hukuki yapısına sahip
- Sahip-Yönetici modeli (bütünleşmesi) egemen
- Bağımsız olma (sahip=yönetici nedeniyle işletme sahiplerinden, hissedarlardan gelen bir direkt kontrol yok ve karar vermede bağımsız)
- İş bölümü yok ya da çok az
- İşçi-işveren ve işletme-müşteri arasında yakın ilişkiler
- Sınırlı bir sermayeye sahipler, kaynaklar genellikle öz kaynaklardan finanse edilir
- Duran ve dönen varlıkların hacmi, mal ve hizmet kapasiteleri sınırlı, yatırım güçleri zayıf
- Satış hacmi ve pazar payları sınırlı, genellikle bölgesel veya yöresel düzeyde
- Tedarik ve pazarlamada pazarlık güçleri zayıf
- İstihdam oranı düşük, genellikle aile bireyleri çalışır
- Kurumsallaşma az
- Yeniliğe açık, dinamik yapı
- Esnek yapı (daha az üretim, daha az sabit yatırım maliyeti ile değişime açık)

3.3.KOBİ' LERİN EKONOMİK VE SOSYAL SİSTEME KATKILARI

Rekabetin Korunması

- En etkin piyasa; tam rekabet piyasası...
- Alıcı ve satıcılar mal fiyatlarını belirleyemeyecek kadar küçüktürler...
- Mal ve hizmet fiyatları arz – talebe göre belirlenir..
- Rekabet, piyasada çok sayıda firmanın olmasını gerektirir. Serbest piyasa ekonomisinin işlerliğini koruyabilmesi için, piyasaya giriş ve çıkışın serbest olması, piyasada çok satıcının bulunması şarttır.

Orta Sınıfın Korunması ve Denge Unsuru Olmaları

- KOBİ' ler orta sınıfı temsil eder...
- Orta sınıfın güçlü olması toplumu gerek ekonomik gerekse toplumsal yönden dengeli kılar.
- KOBİ' lerin güçlü olması ekonomide de istikrar sağlar...
- Gelirin dengeli dağılması
- Mülkiyetin tabana yayılması...

Sermaye Birikimine Katkı

- Küçük birikimlerle, aile birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılmasında küçük işletmeler yararlı işlevleri yerine getirirler.
- Yöresel sermaye ve girişimci kaynaklarının verimli kullanımını sağlar...

İstihdama Olumlu Katkı

- KOBİ' ler büyük işletmelere oranla, kuruluş ve işletim kolaylığı sebebiyle toplumun her kesimine hitap ederler.
- Her yerleşim alanında bulundukları için kişileri yaşadıkları bölgeden koparmadan istihdam sağlarlar.
- Meslek ve teknik eğitimin alınmasına, yetişmiş işgücünün oluşmasına, kalifiye personelin yetiştirilmesine katkı “okul fonksiyonu”

Yeni Fikir ve Buluşların Ortaya Çıkarılması

- KOBİ' ler geçmiş birikimlerden hareketle yeni, bilinmeyen ürünler üretmek veya tasarım gücünü kullanarak teknolojiye değişiklik yapmak gibi nedenlerle kurulurlar.
- Yeni düşüncelerin hayata geçirilmesinin en kolay yolu KOBİ' lerdir.
- Toplumun yaratıcı potansiyelinin ortaya çıkarılması...

Bölgesel Kalkınmaya Katkı

- Sadece büyük kentlerde değil tüm coğrafi alanlara yayılmış olması
- Ekonomik faaliyetlerin bölgeler arasında dengeli dağılımına ve gelirin bölgeler arasında dağılımını iyileştirmeye katkı
- Büyük kentlere göçün engellenmesi ile bölgenin kendi potansiyeli içinde kalkınmasına katkı

3.4.KOBİ' LERİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

3.4.1.KOBİ'lerin Önemi

Mekanik teknolojilerin yerini elektronik devreler aldığı için büyük ölçekli makineler devre dışı kalmıştır. İletişim ve bilgi işlemede kaydedilen değişiklikler, pazarlama, finansman, yönetim konularına yeni boyutlar getirmiştir. Ekonomilerin dışa açılması talep çeşitlerini arttırmış, küçük ve orta ölçekli işletmelerin girebilecekleri talep boşlukları ortaya çıkmıştır. KOBİ'ler ülke ekonomisinde yarattıkları istihdam ve katma değerleri ile ekonominin motor gücünü oluşturmaktalar. Örneğin sadece endüstriyel üretim yapan firmalar bünyesinde 1,5 milyon kişi çalışmaktadır. KOBİ'lerin esnek ve girişimci yapıları pazarın değişken arz - talep koşullarına hızlı ayak uydurmaları ve ekonomik yaratıcılıkları, onları ekonomimizin vazgeçilmez unsurları haline getirmektedir.

İstatistiklere göre;

- KOBİ'ler imalat sanayisindeki istihdamın %61,1'ini sağlıyor ve bütün ekonomi içerisinde yaratılan katma değer %27,3'ünü yaratıyor. Tüm ihracat içindeki payları ise %7-8 civarında.
- Tüm işletmelerin %99,2'si KOBİ
- Toplam yatırımlar içindeki payı %26,5

3.4.2. KOBİ'LERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Avantajlar

- Sermaye ihtiyacı az olduğu için istekli girişimcileri yatırıma teşvik etme
- Bireysel tasarrufların teşvik edilmesi
- Tüketici tercihlerine esnek yaklaşım
- Yeniliklere daha yatkın olma
- Teknik yeniliklerde daha fazla verimlilik
- Çalışanlarla daha yakın ilişki
- Daha az çalışan olduğu için etkin bir kontrol sistemi
- Hızlı karar alma ve uygulama olanağı
- Daha yüksek oranda istihdama katkı
- Büyük firmaların tamamlayıcısı olmak
- Rekabetin tescil edilmesi

Dezavantajlar

- Finansman (kredi temin etme)
- Yönetim ve Organizasyon (sahip-yönetici)
- Pazarlama ve Tedarik (zayıf pazarlık gücü, küçük partiler halinde alım ile yüksek satın alma maliyetleri)
- Üretim & Muhasebe (yığın üretim olmadığı için yüksek birim maliyetler, nakit akış sorunları)
- Teknoloji (geleneklere bağlılık ve fonların kısıtlı olması nedeniyle teknolojik gelişmelerin yakından takip edilememesi)

3.5. Küçük İşletmeler

Küçük İşletme Sahipliğinin Faydaları

- Talep değişimlerine karşı esnek yapı
- Yeni mal ve hizmeti pazara sunmada dinamik rol
- El işçiliği ve özel üretim
- Sipariş üretim ve nitelik değil nicelik önemli olduğunda
- Sınırlı pazarlar ve tüketici ile birebir diyalog gerektiren durumlar
- Kullanılan hammadde / ürünün çabuk bozulur olması durumunda bölgesel küçük işletmeler önem kazanır

Küçük İşletme Sahipliğinin Sakıncaları

- Özkaynak yetersizliği ve kredi teminindeki güçlükler
- Sadece kendi alanında tecrübeye sahip olup modern işletmecilikten uzak olabilmekte
- Bireysellik ön planda
- Dış pazarlara açılmadıkları için ürün standartları yüksek olmayabilir
- Ürün geliştirme ve yenileme, teknoloji geliştirme az
- Aynı alanda faaliyet gösteren büyük işletmelerle rekabet etmek zordur

4.GİRİŞİMCİLİĞİN ÇEVRESİ

Girişimciliği oluşturan ve var olduğu süre boyunca etkileyen iç ve dış çevre olmuştur. İç çevre; hissedarlar, yöneticiler, çalışanlar, yapı, sermaye, bilgi, teknolojiye oluşur. Dış çevre, yakın çevre (tüketiciler, tedarikçiler, bayiler, satıcılar, kredi veren kuruluşlar, rakipler), ulusal çevre (devlet, toplum, kurum kuruluşlar, ekonomik yapı, hukuki yapı, sosyal kültürel ahlaki ve psikolojik çevre, maddi ve teknolojik çevre), uluslararası çevre; (ülkeler, dünya ekonomisi, birlikler, global örgütler, global bilgi ve teknoloji) olmak üzere farklı yapılardan oluşmaktadır. Bu yapısı ile John Nash'in işaret ettiği kazan kazan stratejilerine dayanan ortaklaşa rekabet modeli girişimciliğin çevresini özetlemektedir.²²

4.1.İŞLETMEYİ VE GİRİŞİMİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER

İnsan

- İşletmelerin en önemli kaynağı...
- İnsan yönetmek en güç iş..
- İnsan anlaşılması zor, karışık bir psikolojik objedir...
 - Hissedarlar
 - Yöneticiler
 - Çalışanlar

Sermaye

- Nakit, üretim araç-gereçleri, binalar, arsalar....
- İşletme yönetimi etkili ve verimli olabilmek için, sermayesini oluşturan kaynakları bilinçli biçimde kullanabilmelidir...

Yapı

- Amaçlar ve amaçların gerçekleşmesi için çalışanlar arasında yapılan iş bölümü, görevler arası hiyerarşik kanallar ve yetki oluşturur.
- Belirlenen yapının nasıl işleyeceğini ise politikalar ve süreçler sağlar...

Amaç

- Belirli bir süre içinde gerçekleştirilmesi arzu edilen veya ulaşılmak istenen sonuçtur...
 - soyut
 - somut
 - maddi
 - manevi
- Amaçlar değişirse örgüt yapısı da değişmelidir...

Strateji

- İşletmeye yön vermek ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla belirlenmiş olan temel yollardır..
- Stratejiler değişen ve belirsiz ve riskli iş çevrelerinde işletmeye yön veren temel göstergeler olmaktadır...

Bilgi

- Bilgi üretimin temel faktörüdür...
- İşletmeler bilgi işleyen birimlerdir...

Teknoloji

- Üretimde bulunabilmek için gerekli olan makine ve teçhizat ile bunların çalışmasını sağlayan her türlü programı içermektedir...

4.2.GİRİŞİMCİLİĞİN İÇ ÇEVRESİ

- Hissedarlar
- Yöneticiler
- Çalışanlar
- Yapı
- Sermaye
- Bilgi
- Teknoloji

4.3.GİRİŞİMCİLİĞİN DIŞ ÇEVRESİ

Yakın Çevre

- Tüketiciler
- Tedarikçiler
- Bayiler
- Satıcılar
- Rakipler
- Kredi veren kuruluşlar

Ulusal Çevre

- Devlet
- Toplum
- Kurum Kuruluşlar
- Ekonomik yapı
- Hukuki yapı
- Sosyal, kültürel, ahlaki ve psikolojik çevre
- Maddi ve teknolojik çevre

Uluslararası Çevre

- Ülkeler
- Dünya ekonomisi
- Birlikler
- Global örgütler
- Global bilgi ve teknoloji

5.EKONOMİK SİSTEM İÇİNDE GİRİŞİMCİLİĞİN FONKSİYONLARI VE TÜRLERİ

5.1.GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI

Girişimcilik hem toplum hayatının gelişimi hem de ekonomik yaşamın canlanması için hayati öneme sahiptir. Girişimciliğin çağdaş toplumdaki temel işlevi, sürekli yenilik yaratmaktır. Bu açıdan modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürebilme kapasitesine dayanır.

Çağdaş girişimcinin yerine getirmesi gereken fonksiyonlar;

- Yeni mal hizmet üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmek
- Yeni üretim yöntemleri geliştirme ve uygulayabilmek
- Endüstride yeni organizasyonlar kurmak (girişimcilerin belirli bazı örgütlenmelere giderek, gerek örgütsel ve gerekse çevresel yapıyı değiştirmeleri)
- Yeni pazarlara ulaşmak (ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını arttırmak)
- Hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak (ülke içinde veya dışında, üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup, denetimlerin altında toplamaları ve rakiplerine oranla daha yüksek kar sağlamaları)

5.2.GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Fırsat Girişimciliği: Pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktır. Bu fırsat, mevcut olan bir mal veya hizmetin pazara yeterince sunulamaması veya pazarda hiç olmaması, ya da mevcut işletmelerin istenilen kalitede hizmeti pazara sunamamalarından kaynaklanır.

Yaratıcı Girişimcilik: Yeni fikir veya buluşu ya da mevcut olan bir mal veya hizmeti, dizayn, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirerek kar elde edecek biçimde pazara sunmaktır.

Dinamik Girişimcilik: Sürekli yeni yöntem ve yeni prosesler geliştirme, yeni tedarik kaynakları ve ürünlerine yeni piyasalar bulma, yani sürekli yenilik yapmadır.

5.3. “GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ YANLIŞ DÜŞÜNCELER”

- **Girişimci düşünen değil eylemde bulunan kişidir.** Girişimcilik sadece eylemde bulunmak değildir. Eylemden önce düşünmek iş fikri geliştirmek ve planlama yapmak gereklidir.
- **Girişimci olunmaz girişimci doğulur.** Girişimcilik özelliklerinin öğrenilemeyeceği ve doğuştan gelen özellikler olduğu söylenir. Ancak kişilik özelliklerinin yanı sıra girişimciliğin bir disiplin olması nedeni ile de modeller, süreçler ve örnek olaylar ile öğrenilebilmektedir.
- **Girişimciler ya yaratıcı ya da yenilikçidirler.** Girişimciler iki özelliği de çoğunlukla bir arada barındırmaktadırlar.
- **Girişimciler akademik ve sosyal açıdan yetersizdirler.** Girişimcilerin genellikle eğitimlerini yarıda bırakarak iş kurmaları böyle bir fikrin doğmasına neden olmuştur. Ancak gerçek şudur ki pratik yaşamda kendilerini geliştiren girişimciler akademik olarak da ilerlemelerini sürdürmektedirler.
- **Girişimciler “profile” uygun olmalıdır.** Henüz belirlenmiş net bir girişimci profili bulunmamaktadır.
- **Girişimci olmak için gerekli olan şey paradır.** Girişimcinin varlığını sürdürebilmesi için sermayesi olması gerektiği doğrudur ama diğer taraftan bilgi, beceri, teknoloji gibi başka gereksinimlerde bulunmaktadır.
- **Girişimcilikte şans tek önemli şeydir.** Fırsatları yakalamak önemlidir ancak girişimcilikte fırsatları yaratmak daha da önemlidir.
- **İhmalkarlık bir girişimciyi rahatlatan durumdur.** Fazla planlama ve değerlendirme yapmak girişimin başarısı için gerekli bir durumdur. Plan programlama yapmak ve stratejiler belirlemek başarı açısından önem arz etmektedir.
- **Girişimciler başarı peşinde koşarlar ama başarısızlığa uğrama oranları çok fazladır.** Girişimciler başarıya ulaşana kadar birçok başarısızlığa uğrayabilirler ancak başarısızlıkların hepsi birer deneyim ve öğretiler ve başarı için anahtar oluşturmaktadır.
- **Girişimciler büyük riskler üstlenen kumarbazlardır.** Risk girişimcilik sürecinin önemli bir unsurudur ama genelde tahmin edilen kadar çok büyük risklere girişmemektedirler.

5.4.GİRİŞİMCİLİK STRATEJİLERİ, GİRİŞİMCİLİK İÇİN PLANLAMA VE İŞ PLANLARI

5.4.1.Girişimcilik Aşamaları

1. Yatırım hakkında düşünme (iş fikri ve fizibilite çalışması)

- Pazar araştırması, hedef kitlenin belirlenmesi, rakiplerin incelenmesi, yatırımın karlılığının araştırılması...
- Yeni işyeri aç, hazır bir işyeri al veya franchising yöntemi
- Uzmanlarla görüşme
- Başarılı ve başarısız işletmeleri araştır
- Kendi kişilik özelliklerini ve amaçlarını belirlemesi
- Kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerin belirlenmesi
- Başarılı uygulamaların örnek alınması

2. Yatırım hakkında bilgilenme

- Maddi olanaklar neler?
- Banka ve diğer kredi kaynakları neler?
- Ne kadar finansmana ihtiyaç var?
- Teşviklerden ve finansal desteklerden yararlanabilir mi?
- Yatırım için uygulanan muafiyetler ve imtiyazlar nelerdir?
- Vergi kaydı ne zaman yaptırılmalı?...
- Muhasebeci ve danışmanlardan yardım alınabilir.

3. Başarı için planlama (iş planı)

4. Hukuki açıdan değerlendirme

- Hangi şirket türü uygun
- Tescil, patent, kullanma hakkı gibi hakları koruyan kanunlardan yararlanmak için gerekli başvurular
- Vergi yükümlülükleri

5.4.2.İş Kurma Süreçleri

1. Motivasyon

Girişimcinin Motivasyon Kaynakları:

- Kendi kendinin patronu olma, başkalarından emir alarak çalışmama isteği,
- Mevcut iş seçeneklerinin verdiği maddi-manevi kazanımlardan daha fazlasına ulaşma isteği,
- Kendi geleceğini kendi karar ve çabaları ile şekillendirme isteği,
- Kendi işini kurmak dışında hayatını kazanma seçeneklerinin sınırlı olması,
- Emekli v.b gruplarda olduğu gibi iş kurarak daha çok manevi tatmin sağlama çabası,
- Bağımsız ya da esnek bir iş ortamına sahip olmak
- İş fırsatlarını değerlendirme isteği,

2. İş Fikri Belirlemek

İş fikirleri 3 temel kaynaktan ortaya çıkar:

- Geçmiş deneyim,
- Bilgi ve beceriler ve
- Piyasadaki fırsatlar.

3. Çalışma Programı

- İş fikrinin belirlenmesinden, işin kurulması, ürün ve hizmetlerin ilk müşterilere ulaştırılmasına kadar geçen tüm süreçte yer alan araştırmalar, planlamalar ve uygulamalar eksiksiz ve gerektiği kapsamda yapılmalıdır.
- Girişimcinin bunu başarabilmesi için iş kurma sürecinin tamamını içeren bir çalışma programı yapması ve süreç boyunca bu programı geliştirmesi gereklidir.

4. Ön Değerlendirme

- İş fikirlerinin yapılabilirliğini araştırmak uzun süreli ve yoğun kapsamlı bir çalışmadır. Girişimciler iş fikirlerini, yapılabilirlik araştırması detayında incelemeye almadan önce, genel özellikleri çerçevesinde kurulmalarına engel bir faktör olup olmadığını araştırmalıdır.
- İş kurma sürecinde ön değerlendirme çalışması doğru bir seçime dayanmayan iş fikirleri için girişimcinin detaylı yapılabilirlik araştırması sürecinde zaman

kaybetmesini engeller. Ayrıca birden fazla iş fikrinin hangisinin uygulanacağını belirlenmesi amacıyla da ön değerlendirme çalışması yapılır ve iş fikrini teke indirir.

- İş fikrinin uygulanmasında yerine getirilmesi imkansız olan bir yasal gereklilik, izin vs. var mı?
- İş fikrinin uygulanması için zorunlu olan ve girişimci tarafından temini olanaklı olmayan özel bilgi, beceri, ustalık ve işgücü girdileri var mı?
- Kurmak istediği işin genel çalışma şekli ve kendisinden talep edeceği çabalardan girişimcinin yerine getirmekte zorlanacağı noktalar var mı?
- İş fikrinin gerçekleştirilmesi için gerekli finansmanın büyüklüğü nedir? Girişimcinin ulaşabileceği olası kaynaklar açısından gerekli finansman miktarı karşılanması olanaksız bir düzeyde midir?
- Hedeflenen ürünlerin üretiminde gerekli olan teknik ve idari süreçlerin oluşturulması ve uygulanması girişimci için olanaksız mı?
- Girişimcinin iş fikrinin temel başarı kriteri nedir? Girişimcinin kuracağı işin başarı şansına yönelik genel değerlendirmesi nedir?

5. Yapılabilirlik Araştırması

Girişimci iş kurma sürecinin başında, öncelikle kurmak istediği işin DOĞRU larına odaklanmalıdır. Bunlar;

Doğru Sektör

Doğru İş fikri

Doğru Ölçek

Doğru Zaman

Doğru Ortaklar

Doğru Yer

Doğru Müşteriler

Doğru Makineler v.b.

Faktörlere sahip olmak ve bundan emin olmaktır

Ayrıca aşağıdaki soruların cevapları önemlidir;

- Girişimci gerekli özelliklere sahip midir?
- Seçenekler tam olarak belirlenmiş midir?
- İş Modeli nedir?

6. İş Planı

- Neler, ne zaman yapılacak?
- Aktiviteler arası ilişkiler ve zamanlama

Plan ve Planlama

Plan: Bugünden, gelecekte nereye ulaşılacak istendiğinin, nelerin gerçekleştirilmek istendiğinin kararlaştırılmasıdır. Bir kararlar bütünüdür.

Planlama: Planın ortaya çıkması sırasında geçen süreçtir.

Planlama bir konu ile ilgili olarak;

- Ne
- Ne zaman
- Nasıl
- Nerede
- Neden
- Kim tarafından
- Hangi maliyetle
- Hangi sürede yapılacaktır sorularına cevap vermektedir.

Planlar, kısa – orta – uzun vadeli olmak üzere temelde sürelerine göre ayrılmlandırmaya tabi tutulmaktadır. Ancak bu plan süreleri işletmenin içinde bulunduğu sektöre, ekonomiye ya da ürün çeşidine göre farklılık gösterebilmektedir.

Planlamada Faktörler

- Planın *gerçekleştirilebilir amaçlar* içermesi
- İşlemler sırasında plana *bağlılık*
- Planın içerisinde kontrol amaçlı *kilometre taşları* nın olması
- Planların değişimlere uyum için *esnek* olarak hazırlanması gerekmektedir.

Girişimcilik İçin Planlama Ve İş Planı

İş Planı girişimcinin;

- yapacağı araştırmaları
- alacağı kararları içeren ve İşini kurarken, İşini kurduktan sonra, işini geliştirmek için kullanacağı yazılı metindir.

-

İş Planının Rolü

- Analiz aracıdır
- Sentez aracıdır
- İletişim aracı
- Faaliyete çağrıdır

İş Planının Faydaları

- Girişimcinin yatırım unsurlarını anlamasına ve tarafsız biçimde değerlendirmesine olanak sağlar
- Rakiplere, ekonomik ve finansal koşullara ilişkin yapılan analizler, girişimcinin yatırımın başarısı ile ilgili olan görüşlerini sorgulamasına yol açar
- Yatırıma ilişkin bütün unsurlar planda yer aldığı için girişimci strateji geliştirmek zorunda kalır
- Amaç ve hedeflerin sayısal olması, öngörülerin gerçekleşen sonuçlar ile karşılaştırılmasını sağlar.
- Tamamlanmış iş planı, kredi veren kuruluşlarla iletişim kurmayı sağlar.

5.4.3.GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ VE BAŞARISIZLIK NEDENLERİ

Başarı Faktörleri

- İş olanağının bulunması
- İşe başlamak için uygun zamanın seçilmesi
- Yönetim yeteneği ve tecrübesi
- Bilgi
- Öz-sermaye ve kredi olanakları
- Riske karşı sigorta
- Kültür
- Yasalar ve düzenlemeler
- Piyasa yapısı
- Teknoloji kullanımı
- Eğitim

Başarısızlık Nedenleri

- Kuruluş yerinin iyi seçilememiş olması
- Rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması
- Sermaye yetersizliği
- Kişisel unsurlar
 - Ticaret bilgisinin yetersizliği
 - Hazırlıklı olmadan işe başlamak
- Yetersiz zaman

5.4.4.Türkiye’ de Girişimcilik, Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri

Girişimcilerin Sahip Olmaları Gereken Nitelikler

- Değişikliklere uyum yeteneği
- Yöneticilik nitelikleri
- Liderlik nitelikleri
- Pazarı analiz edebilme
- Müşteri ilişkileri

Türkiye’de Girişimcilerin Başarılı Olmasını Sağlayan Sebepler ve Şans Faktörleri

- Genç dinamik nüfus
- Birçok işkolunda kalitesiz, yüksek fiyatla mal satan ve kötü hizmet sunan işletmeler...
- Mamul ihtiyacı, kuruluş yeri seçimi, zamanlama gibi faktörlerde meydana gelen değişiklikler...
- Başkaları ile iş yapma değil kendi kendine iş yapma güdüsü...
- Konusunda uzmanlaşma...
- Farkındalığın yüksekliği
- İletişim yetenekleri...

Türkiye’de Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri

- Girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin işletme sahibinde bütünleşmesi
- Aile işletmeleri ve kurumsallaşmama
- Uzman yönetici eksikliği
- Birinci nesilden ikinci nesile geçiş

- İşletme sahiplerinin teknik kökenli olması ve işletmecilik ekonomi bilgisinin eksikliği ile piyasaya yönelik düşünme ve değerlendirmede başarısızlık
- Fizibilite çalışmalarının yetersizliği
- Piyasa araştırması
- Pazarlama ve satışta sorunlar (yanlış fiyatlama, satış dağıtım kararları vb...)
- Yanlış zamanlama
- Büyüme hırsı, kontrolsüz büyüme
- Yenilikleri takip edememe, olanakları değerlendirememe
- Katma değer yaratamama ve bu nedenle milli gelire ve toplumun refah düzeyine katkı sağlayamama
- Finansman sorunu
- KOBİ'ler arasında ve KOBİ'lerle büyük işletmeler arasında işbirliğinin sağlanamaması
- Bireylerin ortaklık kurmayı düşünmemesi
- Cesaret ve risk üstlenme kabiliyeti
- Alınan kararları nitelik ve nicelik açısından yeterli bilgiye dayanmaması

Girişimci Olacaklara Uzun Vadeli Başarı için İpuçları

- Az kara razı olun
- Veresiye ve uzun süreli satış yapmayın
- Sabırlı olun
- Kurumsallaşın...

İş Planının Başarısız Olabileceği Durumlar

- Tespit edilen amaçların gerçekleşebilir olmaması
- Amaçların ölçülebilir olmaması
- Girişimcinin işe bağlı olmaması
- Girişimcinin deneyimsizliği
- Girişimcinin tehdit ve fırsatları belirlemedeki başarısızlığı
- Mal / hizmetler için yeterli müşteri ihtiyacı ve talebi olmaması

İş Planı Dosyası İçeriği

- İş planı özeti
- Girişimci Kişinin Tanımı
- Kurulacak İşin Temel Nitelikleri ve Kuruluş Dönemi Planı
- İş Fikrinin Piyasa ve Talep Özellikleri Araştırması Sonuçları
- İşletmenin Uygulayacağı Pazarlama Planı
- Ürün ve Hizmet Üretiminde Kullanılacak temel Süreçler ve Üretim Planı
- Örgütlenme ve Yönetim Planı
- Finansal Plan
- İş Kurma Süreci Aktivite Programı

7. İş Kurmak

- İş kurma süreci detaylı aktivite planı
- İşin fiilen kurulması:
 - i. İşyerini kiralama,
 - ii. Makine-ekipman ve malzeme satın alınması
 - iii. Yasal kuruluş işlemleri,
 - iv. Kredi işlemleri
 - v. Personel temini,
 - vi. Deneme üretimi, vb.

8. İş Geliştirmek

- Kendi ayakları üzerinde durur hale getirmek
- Gelişme başlar ve kullanılan kapasite yükselir
- İşletmeye yeni kapasiteler eklenir