



# GİRİŞİMCİLİK

---

**DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖZDE MERT**

[gozde.mert@nisantasi.edu.tr](mailto:gozde.mert@nisantasi.edu.tr)



# GİRİŞİMCİLİK

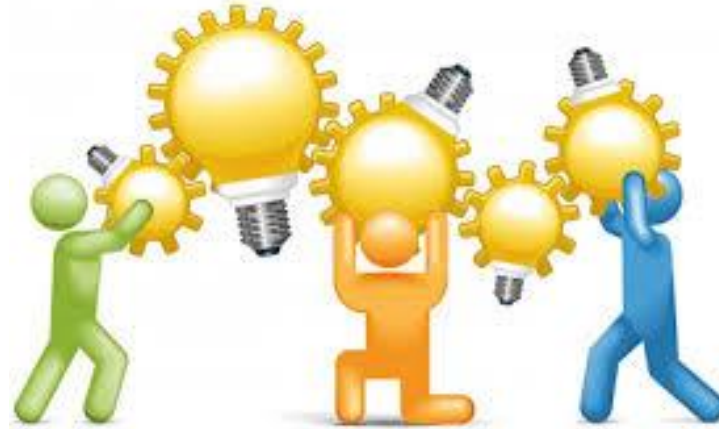
- 1. Girişimcilik Türleri**
  - ❖ Dış (Genel) Girişimcilik
  - ❖ İç Girişimcilik
  - ❖ Ekonomik (Ticari) Girişimcilik
  - ❖ Küresel Girişimcilik
  - ❖ Sosyal Girişimcilik
  - ❖ Kadın Girişimci
  - ❖ Genç Girişimcilik
  - ❖ Yeni Girişimcilik
- 2. Girişimcilikte Etik ve İtibar**





# 1. DIŞ (GENEL) GİRİŞİMCİLİK

Yeni bir işletmenin ya da toplumsal fayda üreten yeni bir organizasyonun kurulması baŐlı başına girişimcilik olarak görölmektedir. Bu girişimciliğe dış girişimcilik, genel girişimcilik, baŐlangıç girişimciliği denebilir. Bu girişimcilikte ilk hareketin yapılması, ilk adımın atılması, girişimin doĐuŐu vardır. Hatta bu girişimcilikte işletmenin ve organizasyonun doĐuŐtan önceki dönemi iyi geçerse doĐuŐtan sonraki dönemi de başarılı geçer.





## 2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

Kapsam açısından ikinci girişimcilik, dış girişimciliğin tersi olan iç girişimciliktir. Günümüzde bu girişimcilik türü artmaya başlamıştır. Çünkü iç girişimcilik, işletme ve diğer örgütlerin yaşamını sürdüren itici güçtür. İç girişimciliğin zayıf olduğu işletmeler yaşam, direnç ve gelişme güçlerini yitirdikleri için yaşamını zor sürdürürler, zaten bir süre sonra da yok olurlar. İç girişimcilik, kurulmuş işletme ve örgütlere enerji üreten santral gibidir. Peki, iç girişimcilik nedir? Bu konuda da pek çok





## 2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

Drucker, iç girişimcileri, “organizasyon içerisinde girişimsel özellikler gösteren bireyler” olarak tanımlarken,

Miner (1997), “kar amaçlı organizasyonlarda içeriği yeniden belirlenmiş bir stratejinin parçası olarak yeni fonksiyonlar geliştiren veya yeni fırsatları zorlayan “yenilikçi yöneticiler” olarak tanımlamaktadır.

Mesconda'da “organizasyon içinde her türden yenilik yaratan kişiler” olarak tanımlamaktadır.

Kısaca “faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik” olarak ele alınan iç girişimcilik; organizasyonel ve genel ekonomik gelişmede çok önemli bir dinamik unsur olarak değerlendirilmektedir.





## 2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

- İç girişimci fon sağlamak konusunda diğer girişimciye göre daha rahattır.
- İkisi de risk alır ancak iç girişimcinin riski kariyeri ve istihdam ile ilgilidir.
- İç girişimci şirketteki engellerle karşılaşır ve üstesinden gelmeye çalışır.
- Diğer girişimci ise pazarda karşılaştığı engellerle uğraşır.
- İç girişimci güçlendirmek diğer girişimci geliştirmek için çalışır.

“ FIRSATLAR  
KOVALANDIKÇA  
KATLANIRLAR.”  
SUN TZU





## 2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

İç girişimcinin kendi fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için işletmenin teknolojide üstün olması, yeni fikirlerin desteklenmesi, hatalara karşı toleranslı olunması, fırsatta öncelikli seçim yapmaması, kullanılabilir ve ulaşılabilir kaynak olması, takım çalışmasının desteklenmesi, ödüllendirme sistemi ve sponsorluk desteğinin olması, yetki ve sorumluluk verilmesi, işletme sınırları esnek olması ve her şeyden önce üst yönetimin iç girişimciliği benimsemiş ve desteklemiş olması gerekmektedir.(Odabaşı,(ed.),s.69,70).Bütün bunlara ek olarak işletmelerin yönetim stratejilerine iç girişimciliği yerleştirmeleri ve iç girişimcilik kültürünü geliştirerek, iç girişimciler için ortamlar oluşturmaları önemlidir. İşletmeler, çalışanlarının fikirlerine önem verip bu fikirlerin hayata geçirilmesine odaklanırlarsa girişimci çalışanların işletmeden ayrılmalarının önüne geçmiş olurlar. Çünkü fikirlerini uygulayamayan çalışanlar, fikirlerinin peşinden gidiyorlar ve işten ayrılıyorlar.



## 2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

İç girişimciliği geliştirmenin yollarından birisi girişimci insanları işe almak ve sahip olduğu girişimci çalışanı tutmaktır. Özellikle durgunluk ve kriz dönemlerinde yükselen girişimci ruhları değerlendirmek gerekmektedir.



**Bu şirketimiz için çok önemli, birinci sınıf bir geliştirme projesi ancak bunun için hiç bütçemiz yok, nasıl yapılacağını bilmiyoruz, insan kaynağımız yok ve 15 dakika içinde bitirmeliyiz. İşte sana herkesi derinden etkileme fırsatı.**





### 3. EKONOMİK (TİCARİ) GİRİŞİMCİLİK

Bu girişimcilik, sahibine kâr, müşterisine katma değer sağlayan bunu da ürettiği ürün ve hizmetle yapan girişimciliktir. Kâr, girişimcinin ana amacı olarak ve en büyük getirisi olarak görülür. Yine **başarı ölçüsü de kârdır.** Bu nedenle tüketicinin/müşterinin çözülmemiş sorunlarını çözen, ihtiyaç ve beklentilerini gideren ürün ve hizmetlerin üretilmesi düşünülür. Bu düşüncelerden iş fikri bulunur. Sonra da girişimciliğin diğer süreçleri işletilir. Esasında süreçler bakımından bütün girişimcilik türlerinin birbirleri arasında farklılıkları pek yoktur. Bütün dünyada yaygın olan girişimcilik türü ekonomik (ticari) olanıdır. Diğer yönden ürün ve hizmet dışında işletmenin çeşitli işlevlerinde ve süreçlerinde yapılan yeniliklerle ortaya çıkan kâr artırıcı faaliyetleri de bu tür girişimcilik içeriğinde anlamak gerekir. Zaten uzun süre kâr edemeyen girişimcinin sürdürülebilir girişimciliği de mümkün değildir. Ekonomik teoride dört üretim faktöründen birisi olarak girişimciliğin faktör getirisi kâr olarak belirtilmiştir.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

Küreselleşme; mal ve hizmetlerin, üretim faktörlerinin, teknolojik birikimin ve finansal kaynakların giderek bütünleştiği bir süreci ifade etmektedir.

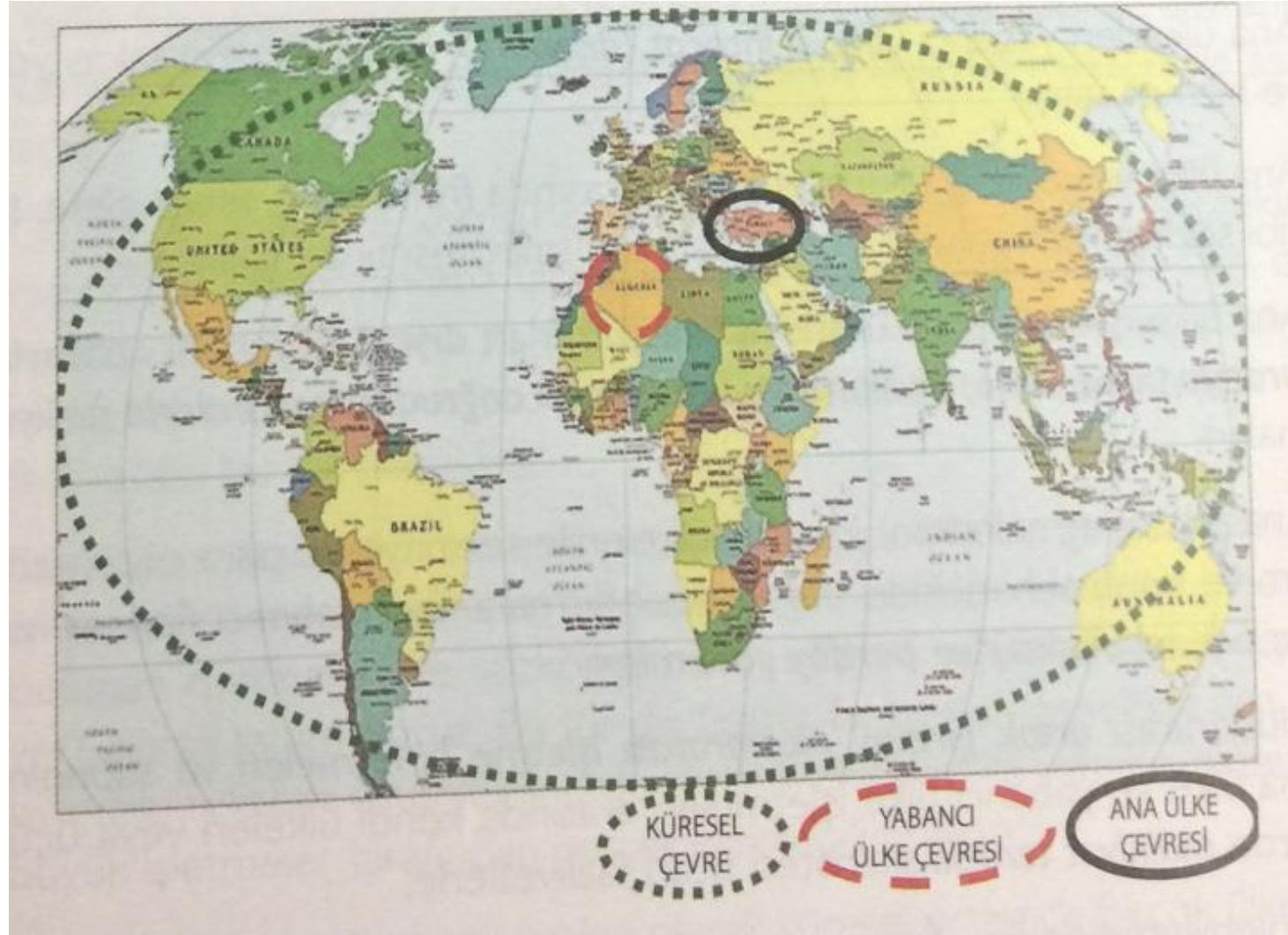
Küresel girişimcilik, küresel fırsat ve tehditlerin boyutlarını algılamanın bir fonksiyonu olup, uluslararası makro çevreden etkilenme derecesi ile ölçülmektedir.

Bir bakıma iş yapılan çevrenin, fırsatların tehlikelerin, ilişkilerin, iletişimin, değişimin, çapının ve boyutlarının genişlemesi demektir. Aynı zamanda organizasyonun ileri bir aşaması olup, işi küresel boyutta organize edebilme yeteneğidir.

Bu alanda girişimcilik faaliyetinin başlaması için, öncelikle yeni fikirlere ihtiyaç duyulmaktadır. Yeni fikirler bulunduktan sonra bu fikrin hayata geçirilmesi için planlama ve finansal kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimcilikte faaliyetleri planlarken en temel unsurlardan biri olan risk kavramını dikkate alarak planlama yapılması gerekmektedir.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK





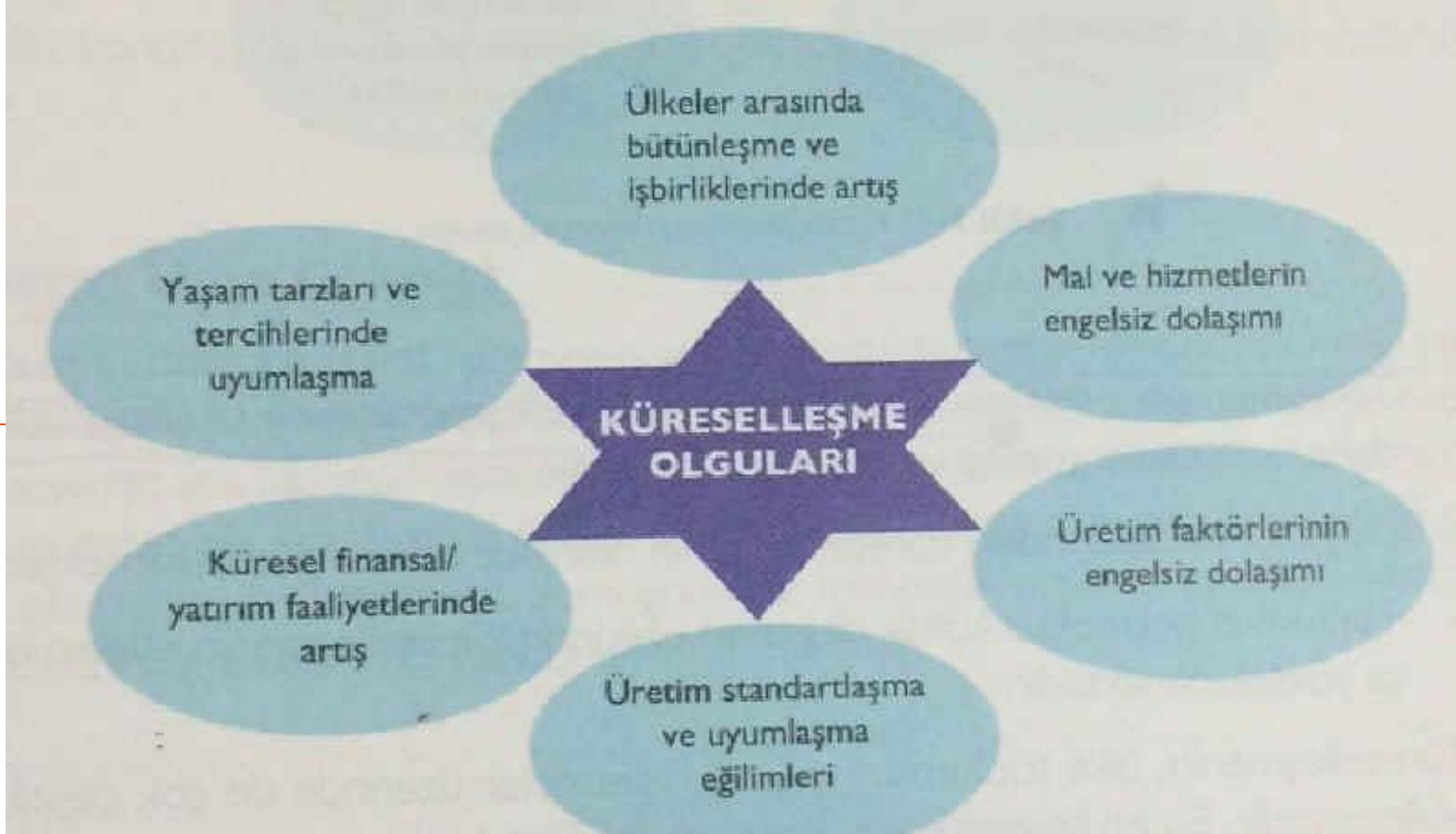
## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

Küreselleşme olgusunun artan bir hızla etkisini sürdürmesinin başlıca nedenleri arasında aşağıdaki hususlar sayılabilir:

- Yirminci yüzyilin ikinci yarısında dünya ülkelerinin işbirliği içinde, GATT, Dünya Ticaret Örgütü (WTO) gibi kuruluşlar öncülüğünde uluslararası ticaret ve yatırım faaliyetlerinde engellerin kaldırılması yolunda atılan adımlar,
- 1980'lerin sonrasında Sovyetler Birliği, Çin, Doğu Avrupa ülkeleri gibi merkezi planlı ekonomilerin, serbest ekonomilere dönüşmesi,
- Ülkelerin sanayileşme, modernleşme ve ekonomik büyüme yolunda hızlı gelişmeler kaydetmesi,
- Uluslararası finansal piyasaların gelişmesi ve bölgeler/ülkeler arası entegrasyonlar,
- Ulaşım, iletişim ve teknoloji alanında gelişimler.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

### ULUSLARARASI ÇEVRE KAYNAKLI RİSKLER

1. Yabancı ülkenin politik ve hukuki yapısından kaynaklanan ülke riski
2. Yabancı ülke toplumunun kültür yapısından kaynaklanan sosyokültürel riskler
3. Sınırötesi ticari işlemlerde kullanılan yabancı-yerel para birimlerinden kaynaklanan parite/finansal riskler
4. Sınırötesi ticari rekabet koşullarından kaynaklanan ticari riskler





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

### Küresel Devler

Dünyanın en büyük 200 şirketi dünya ekonomisinin yaklaşık % 25'ine sahip

Dünyada ilk 100 ekonominin 51 tanesi şirket, 49 tanesi ülke

Türkiye'nin GSMH'sı 200 milyar civarındayken Ford'un yıllık cirosu 180 milyarı aşmaktadır.





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

Küresel doğan işletmelerdeki girişimci özellikleri ise diğer girişimci özelliklerinden bazı farklılıklar dolayısıyla ayrılmaktadır. Bunlar:

- Yaş, eğitim düzeyi, yabancı dil bilgisi
- Küresel vizyona sahip olması
- Uluslararası deneyime, sektör deneyimine ve teknik bilgiye sahip olması
- Risk toleransı
- Küresel ilişki ağlarını iyi derecede kullanabilme yetenekleri





## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK



### Küresel Girişim Örnekleri: Coca Cola

1886 Atalanta'lı eczacı John Pemberton tarafından kuruldu.

Önceleri baş ağrısını gidermek için bir şurup olarak tasarlandı.

Bir müşterisinin şurubu açmak için su yerine maden suyu kullanması üzerine şurubu bu şekilde kullanmaya başladı.

Muhasebecisi Robinson'un önerisiyle bu yeni içeceğin adı Coca Cola oldu.

**“Lezzetli ve ferahlatıcı” Coca Cola**



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

Pemberton 1888'de 50 dolarlık karla ölür. İşletmesi 2300 dolara Chandler adında bir ilaç toptancısına satılır. Chandler kardeşi, muhasebecisi ve iki arkadaşıyla 1892 yılında bugünkü The Coca-Cola Company'yi kurar.

İlk iş dolar harcayarak ressamalara çizdirdiği Coca Cola resimlerini dağıttırır, her yere posterler asar, reklamlar verir. İlk üretim Dallas'ta gerçekleşir, bir yıl sonra Cola ABD'nin genelinde pazarlanır.

Candler 1915'te Cola'nın ilk bombeli şişesiyle pazarlanmasını sağlayıp emekli oldu.

1919'da şirketin değeri 25 milyon dolar oldu. Üçüncü kuşak işbaşına geldi ve artık üretimin iyileştirilmesinden çok pazarlamaya ağırlık verildi.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

1899



### HUTCHINSON TARZI ŞİŞE

CHATTANOOGA COCA-COLA  
ŞİŞELEYİCİ ŞİRKETİ



HUTCHINSON TARZI ŞİŞE, 1899-1901 YILLARI ARASINDA DÜNYADAKİ İLK RESMİ ŞİŞELEME FABRİKASI OLAN CHATTANOOGA COCA-COLA ŞİŞELEYİCİ ŞİRKETİ (CHATTANOOGA COCA-COLA BOTTLING COMPANY) TARAFINDAN, KULLANILDI.

*Coca-Cola*

BU ŞİŞELERİN SADECE BİR KISMINDA, OMZUNDA VEYA KENARINDA COCA-COLA YAZISI KABARTMA OLARAK YER ALIYORDU.



GÜNÜMÜZE KADAR GELEN ŞİŞE SAYISI SADECE BİRKAÇ TANE OLDUĞUNDAN ŞİŞELER COCA-COLA KOLEKSİYONERLERİ İÇİN OLDUKÇA DEĞERLİDİR.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

1916

### KLASİK KONTUR ŞİŞE



ŞİRKETİN KISA SÜREDE KAYDETTİĞİ MUAZZAM BAŞARI VE BÜYÜME, RAKİPLERİNİN COCA-COLA'YI TAKLİT ETMELERİNE, ÜRÜNLERİNİ COCA-COLA'NIN TİCARİ BİR MARKA OLAN ADINDA, KENDİNE ÖZGÜ LOGOSUNDA,



HATTA ŞİŞELERİNDE KİMİ DEĞİŞİKLİKLERLE PİYASAYA GELEN VE RAKİPLERİNDEN AYIRT EDİCİ ÖZELLİĞİ OLAN ŞİŞESİNİ TASARLAMAYI İSTEMESİ DE BU YÜZDEN OLMUŞTUR.



GÜNÜMÜZDE DE KONTUR ŞİŞE OLARAK BİLİLEN ORJİNAL COCA-COLA ŞİŞESİ, HİNDİSTAN'DAKİ **ROOT ŞİŞE FABRİKA'SINDA ÇALIŞAN ALEXANDER SAMUELSON (İSVEÇLİ ŞİŞE ÜFLEYİCİSİ)** TARAFINDAN ORTAYA ATILAN BİR KONSEPTTİR.



SAMUELSON'UN KONSEPTİ **1913 YILINDA** KABUL EDİLMİŞ VE ŞİŞE TASARIMI **16 KASIM 1915'TE** BİRLEŞMİŞ MİLLETLER PATENT ENSTİTÜSÜ TARAFINDAN PATENTLENMİŞTİR. 1916 YILINDA DA TÜKETİCİSİ İLE BULLUSAN KONTUR ŞİŞE, BUGÜN DÜNYANIN EN TANINMIŞ VE PRESTİJLİ AMBALAJLARINDAN BİRİDİR.



BU KONTUR ŞİŞE, **1955 YILINDA** PİYASAYA SUNULAN BÜYÜK BOYUTLU (KING-SİZE) AMBALAJA KADAR **40 YIL SÜRE İLE** ŞİRKET TARAFINDAN KULLANILAN TEK AMBALAJ OLDU.



**1960 YILINDA** KONTUR ŞİŞE, TİCARİ BİR MARKA OLARAK ABD PATENT OFİSİ TARAFINDAN TESCİL EDİLDİ. GÜNÜMÜZDE FARKLI AMBALAJ BOYLARI İLE KULLANILMAYA DEVAM EDİLMEKTEDİR.



## 4. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

### Coca Cola Ne Öğretiyor?



Bugün Coca Cola dünya pazarının en bilinen, en yaygın olarak kullanılan, hemen her ülkede üretimi olan bir şirkettir belki bir kültürdür.

**Pazarlama:** Pazarlamada hem yenilik hem de şirket değerinin üzerinde pazarlama bütçesi

**Risk:** Pazarlamaya yaptığı yatırım, dünyada kimsenin girmeye cesaret edemediği pazarlara ilk giren yabancı olması

**Tutarlılık-** lezzette, kalitede, yönetimde (hep daha ileriye)

**Kurumsallaşma:** Bir aile şirketi olarak kurulmasına rağmen dünya genelinde tespit ettiği başarılı profesyonelleri istindam etmekte.



## 5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik sadece ekonomik (ticari) alanda değil sosyal alanda da uygulama ve kavram olarak varlığını kabul ettirmiştir. Sosyal girişimcilik diğerine göre daha yenidir. Esasında ekonomik girişimciliği tamamlar. Fakat kurumsal sosyal sorumluluk ve hayırseverlik gibi kavramlarla karşılaştırılmamalıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk da ticari girişimci ve işletmesi, itibar kazanmayı, bunu da markasına yansıtmayı açık açık belirtmese de hedeflemektedir. Bu alandaki yatırımın bir şekilde geri döneceğini umar. Ancak sosyal girişimcikte, sosyal girişimci, bunu itibar kazanmak için değil toplumun devlet, işletmeler ve diğer sivil toplum tarafından çözülemeyen sorunlarını çözmek ve tamamen ortadan kaldırmak için uygular. Sosyal girişimciliğin temelinde “aldığından fazlasını vermek” vardır (Platin, 2007.s.93,94 ). Bu durumu iş dünyasına uyarladığımızda ekonomik girişimcinin, verdiği den fazla almamak isteyeceğini düşündüğü söylenebilir. Bu nedenle iki girişimcilik birbirini tamamlar. Serbest piyasa düzeni içinde birisinin boşluğunu ve açığını diğeri kapatır. Böylece serbest piyasanın işlerliğinin sürdürülebilirliğini sağlamış olur.





## 5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimciler, insanlık ile beraber hep var olmuşlardır. Ancak kavram olarak sosyal girişimcilik 1990' lardan sonra ortaya çıkmıştır. Ekonomik teoride bir üretim faktörü olarak görülen ve getirisinin kâr olduğu kabul edilen ekonomik ve ticari girişimciliğin de mutlaka kârdan başka sosyal fayda üretmek gibi amaçları da vardır. Ancak öncelik sıralamasında kâr birinci sırada, sosyal fayda ikinci sıradadır. Sosyal girişimcilikte ise sosyal fayda ilk sırada kâr ikinci sırada bulunur, hatta buna kâr bile denmez ekonomik getiri denir. Ekonomik girişimciler toplumdaki ekonomik dönüşümü sosyal girişimciler de sosyal dönüşümü sağlarlar. Tekrar belirtmek gerekirse; sosyal girişimcilerin çabaları, devlet, sivil toplum kuruluşları ve girişimcilerin çözümediği toplumsal sorunları çözmek, toplumsal ihtiyaçları gidermek içindir. Sosyal girişimcilerin yaptıkları daha insani ve ahlakidir. Ekonomik girişimci diğerine göre daha çok kendine çalışır. Sosyal girişimci ise kendinden çok topluma çalışır.



## 5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK



**Çöp(m)adam; kadınların atık malzemelerden yaratıcı ve sürdürülebilir ürünler üretip, ürünlerin satışa sunulmasını sağlayan bir platform.**

**Kadınlara istihdam yaratması ve geri dönüşüme katkıda bulunmasıyla sosyal bir girişim olarak ön plandadır.**



# 5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

interpress® 9 EYLÜL İZMİR  
GÜNLÜK YEREL GAZETE  
medya takip merkezi 1940  
İZMİR  
SİYASİ

Tarih : 15.12.2015  
Sayfa No : 3  
Tiraj : 1658  
StkCm : 120



## Örnek projeye şık destek

Kadınlara iş alanı yaratıp, çevreyi korumak için Ayvalık'ta filizlenen Çöp (m)Adam Projesi'ne İzmir'den destek geldi. Yaşarlı öğrenciler, geri dönüşümlü malzemeden şık ürünler tasarladı

**DÜNYADA** her 10 dakikada 5 milyon ton çöp üretiliyor. 23 yıldır Türkiye'de çok başarılı sosyal sorumluluk projeleri yürüten Amerikalı Tara Hopkins, hem geri dönüşümün önemine dikkat çekmek hem de hayatları boyunca çalışmamış kadınlara yardımcı olmak için 2008'de Ayvalık'ta Çöp (m)Adam projesini başlattı. Hopkins, desteklerle bugüne kadar Ayvalık, İstanbul ve Diyarbakır'da 400 kadına eğitim vererek onların hem geri dönüşürülebilir atıklardan ürünler üretmesine hem de aile bütçesine katkıda bulunmalarına yardımcı oldu.

### BARDAKTAN ÇANTA

**Yaşar Üniversitesi** Endüstriyel Tasarım Bölümü de bu projeye destek verdi. Ayvalık'ta Çöp (m)Adam atölyesini gezen öğrenciler, atık malzemelerden tamami özgün tasarımlı yeni ürünler üretirken kadınların beğenisine sundu. Üniversiteye gelerek ortaya çıkan yeni tasarımları inceleyen Tara Hopkins, farklı ve satılabilir özgün tasarımlara ihtiyaç duyduklarını, **Yaşar Üniversitesi**'nin bu desteğinin kendileri için önemli olduğunu söyledi.

Endüstriyel Tasarım Bölümü Başkanı Yrd. Doç. Dr. Mine Ovacık da "Atölyeye ziyarete gittiğimizde birçok ürünün yurtdışındaki benzer çalışmalarından esinlenilerek yapıldığını gör-



**Atıklar canlanıyor**

Çöp (m)Adam'ı anlatan Hopkins, "Kalemi elimize aldığımızda ilk çizimlere çöp adam deriz. Çöp(m)adam, kadınların da bin bir iş yapabileceğini hatırlatmak için seçilmiş bir isim. İlk yıllarda sadece çanta ve cüzdan üretilirken şimdi ürün yelpazesi bir hayli geniş. Çöp (m)Adam ürünleri,

hem atıklara bir şans daha veriyor hem de kadınlara kazanç imkanı sunuyor. Tek şartımız projeye katılan kadınların daha önce hiçbir şekilde çalışmamış olmaları. Büyük mağazalarda ve internet sitemizde satışa sunulan ürünlerimize ilgi de çok büyük" dedi.

dük ve hem çevreye hem de çalışan kadınlara nasıl destek olabiliriz diye düşündük. Bu projeye özel özgün tasarımlar üretmeye karar verdik. Bir ay boyunca, 4. sınıf öğrencilerimiz birçok atık malzemeyi kullanarak, satılabilir olmasına da dikkat ederek ürünler tasarladı. Atık pet şişelerden, poşet ve karton bardaklardan çantalar, çöp po-

şetlerinden oteller için tek kullanımlık terlikler, şişe mantarlarından tablet ve telefonlar için kılıflar gibi birçok ürün ortaya çıktı. İlk etapta birkaç ürünün kısa süre içinde Ayvalık'taki atölyede halen aktif olarak çalışan 30 kadın tarafından üretilme geçeceğini düşünüyoruz" dedi.

Öğrenciler, atık pet şişe ve karton bardaklardan çantalar, çöp poşetlerinden terlikler, şişe mantarlarından tablet ve telefonlar için kılıflar tasarladı.





## 5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK





## 6. KADIN GİRİŞİMCİLİK

Kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmesini sağlamak amacıyla hareket eden, kadınların da girişimcilik yapabileceği onların da bu rolü üstlenebileceği ile ilgili görüşü kapsayan girişimcilik çeşididir. Çalışan kadınların oranı eskiye göre daha da artmış aynı şeyleri girişimcilik için söylemek mümkün değildir. Ancak bu konudaki destek ve bilincin artması bundan sonra daha çok kadın girişimci görmeyi mümkün kılacaktır. Yapılan araştırmalarda, ekonomik büyümede en büyük gücün kadınlar olduğu tespit edilmiştir. Türkiye de yaklaşık 1,3 milyon erkek girişimci 80 bin kadın girişimci vardır.



## 6. KADIN GİRİŞİMCİLİK

Ülkemizde kadınların çalışma hayatına katılma oranı yüzde 26, AB ortalaması yüzde 55, dünya ortalaması yüzde 46'dır; yine ülkemizde kadın girişimci oranı toplam erkek girişimcilerin yüzde 15'i dir; yani kadın, çalışma hayatında daha çok olmasına rağmen girişim rolde çok az görülmektedir. Bu sonuç da girişimci sayısını artırmak için bu alanın önemli olduğunu göstermektedir. Bilindiği gibi ülkeler girişimcilikleriyle kalkınıyor. Girişimcilik ne kadar artarsa kişi başına gelir o kadar artıyor. Ülke olarak gücünüz işletmelerinizin gücüyle belli oluyor. Bunu artırmanın yollarından en önemlisi girişimci sayısını artırmaktır. Bunun için de kadın girişimci rolünün çoğalması önemli hale gelmektedir. Bu nedenle kadın girişimci kavramının, kendine özgü özellikleriyle ayrıca ele alınması gereği ortaya çıkmıştır. Konuyla ilgili TOBB bünyesinde "kadın girişimciler kurulu" oluşturulmuştur. Ayrıca misyonlarının kadın girişimciliği geliştirmek olan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) 2002 yılında kurulmuştur. Bunun yanında bu hareketi destekleyen, bankalar, eğitim ve çeşitli sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır.



## 6. KADIN GİRİŞİMCİLİK



Gamze Cizreli, BigChefs

Big Chefs Cafe & Brasserie'nin kurucusu olan Gamze Cizreli aslen Diyarbakırlı bir ailenin en küçük kızı.

Babası doktor olan Cizreli Konya'da Anadolu Lisesi okuyup ODTÜ'nün İşletme bölümünden mezun olduktan sonra savunma sanayisinde bir süre çalıştı.

Ardından bu işin kendisine göre olmadığını düşünerek işten ayrılıp bir restoranda garsonluk yapmaya başladı, bu işi yaptığı süre içerisinde yaşadığı tecrübelerden yola çıkarak 1993 yılında Cafemiz'i açtı.

Ardından çalışmalarına devam edip Kuki ve Quick China gibi restoranların da açılması için uğraştı. Aynı zamanda iş ortağı da olan hayat arkadaşından ayrılan Gamze Cizreli her şeyi sıfırlayıp girişimcilik serüvenine 2007 yılında tekrar atılarak Ankara'da ilk BigChefs'ini açma kararı aldı.



## 7. GENÇ GİRİŞİMCİLİK

Bilindiği üzere girişimcilikte yaratıcılık yenilik önemlidir. Yaratıcılık ve yenilik bir yetenek, aynı zamanda geliştirilebilir bir özelliktir. Küçük yaştan itibaren kalıba sokulmadan, ona uygun koşullar sağlanarak ortaya çıkarılması ve geliştirilmesi gerekir. Diğer yandan olaya risk açısından bakıldığında kalıba giren insanların risk alması düşüyor. O zaman hem yaratıcılık hem de risk alma özellikler bakımından gençler, girişimcilik açısından daha uygundurlar. O zaman genç girişimci kavramı gündeme gelmektedir.







## 7. GENÇ GİRİŞİMCİLİK

Türkiye’ de girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında yaklaşık yüzde 80’inin üniversite mezunu olmadıkları görülmektedir. Üniversite eğitimi görmeyenlerin kurdukları işletmelerde çoğunlukla üniversite mezunu gençler çalışmaktadır. O halde bu durum da gençlerin eğitimiyle ilgili başta üniversiteler olmak üzere diğer eğitim kurumları sadece iş bulmak için eğitim programlarını tasarlamış oldukları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Girişimciliğin de bir kariyer seçeneği olacağı daha yeni yeni dillendirilmeye başlanmıştır. Bu da ancak ilköğretimden başlayarak doğrudan girişimcilik eğitimi yanında yaratıcılığı açığa çıkarıcı bunu geliştirici, risk alma yelpazesini genişletici programlarla mümkün olacaktır. Bunu, hayalleri gerçeğe dönüştürmek konusunda isteklendirici, hayata karşı toleranslı ve cesaretlendirici uygulamalarla desteklemek gerekmektedir.



## 7. GENÇ GİRİŞİMCİLİK

Son yıllarda gençlerin, girişimci yeteneklerini geliştirerek yenilikçi fikirler üretmeleri ve kendi işlerini kurabilmeleri için ülkemizde çeşitli kuruluşlara bağlı ve bağımsız genç girişimci birimleri ve programları oluşmaya başlamıştır. Bunlar dernekler, kulüpler, kurullar, eğitim ve araştırma birimleri, enstitüler ve merkezler şeklindedir. Örneğin, TOBB Genç Girişimciler Kurulu 2009'da faaliyete geçti. KOSGEB Girişimcilik Enstitüsünce yürütülen “Genç Girişimci Geliştirme Programı” çeşitli adlardaki genç girişimciler dernekleri hemen hemen her üniversitede kurulan girişimcilik ya da genç girişimciler kulüpleri, Anadolu Üniversitesi Girişimcilik ve Araştırma Birimi(GEAB), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Formu, TÜSİAD Girişimcilik ve Yenilikçilik Çalışma Grubu vb.



## 8. YENİ GİRİŞİMCİLİK

Girişimciliği *geleneksel* ve *yeni girişimcilik* diye ikiye ayırmak da mümkündür. *Geleneksel girişimcilik*; girişimciliğin eskisi gibi devam etmesidir. Eski ve yeni sorunlar, mevcut ürün/hizmet ve iş anlayışıyla çözen geleneksel sektörlerin olduğu, iş büyütmek için mevcut sektörler dışında bir seçeneğin olmadığı girişimciliğe *geleneksel girişimcilik* denir. Bu girişimcilikte büyüme hızlı ve yüksek değildir.





## 8. YENİ GİRİŞİMCİLİK

*Yeni girişimcilik; yeni ve eski sorunları, yeni ürün/hizmetler ve yeni iş anlayışları ile çözen girişimciliktir. Yeni girişimcilik inovasyona ve inovasyon sektörlerine odaklı olan, finansmanı da erişim hedefi de “küresel” olan, bilim ve teknolojiyle evrensel pazarlama becerilerine dayalı bir girişimciliktir.”* (Kırım,2010,s.16). Yeni sektörler, yeni teknolojiler ve yeni ekonomi bütün bunlar inovasyona dayalı girişimcilikle yani yeni nesil girişimcilikle ortaya çıkan değerlerdir. Eski iş yapma anlayışıyla, bu değerler elde edilemez. Mevcut işletmelerin bu yeteneklerini geliştirmek pek kolay değildir. Her şeyden önce eski girişimcilerin bu kavramı içselleştirmeleri gerekir. Ancak, eğitilmiş genç girişimcilerin bu çeşit girişimciliğe daha yatkın olduklarını da söyleyebiliriz.



## 8. YENİ GİRİŞİMCİLİK

Yeni girişimcilikte, ekonomiye yeni sektörler kazandırılmakta ve mevcut sektörleri büyütmekte olduğu için ekonomik büyüme hızlıdır. Her büyüme istihdam demektir. Bu durumda yeni girişimcilik işsizliği, geleneksel girişimciliğe göre daha iyi çözer. Bu nedenle dünyada bunu bilen ülkeler bu girişimciliği desteklemektedirler. Örnek olarak ABD, İsrail, Singapur, Malezya, Çin, Yeni Zelanda ve Hindistan (KIRIM, 2010,s.17). Bu ülkelerin girişimcilikle ilgili yaptıkları uygulamaların sonuçlarından bazıları şöyle sıralanabilir:

- İnovasyon, ekonomik büyümeyi ve istihdamı artırdı.
- “Odağı” olmayan girişimcilik destek programları beklenen seviyede büyüme ve istihdam sağlamamıştır. Bunun yanında inovasyon ve yeni teknoloji içeren girişimci ve sektörler yapılı destekler ve programlar büyümeyi artırmıştır.
- Yeni girişimcilik genellikle büyük ve kapsamlı devlet desteğiyle olmuştur. Kapitalizmin anavatanı olan ABD’de yeni girişimciliğin en iyi uygulama merkezi olan Silikon Vadisi de çok büyük devlet desteği alarak kurulmuş ve büyümüştür.



## 8. YENİ GİRİŞİMCİLİK

Bir sektör ve ülke örneği vermek gerekirse **Tayvan** örneği ilginçtir. Tayvan hükümetinin, çok sayıda küçük inovatif ve esnek girişimci şirketini sistematik ve planlı şekilde desteklemesiyle elektronik sektöründe küresel bir başarı elde edilmiştir.

**Yeni girişimcilik için şu inovasyon sektörleri söylenebilir;** inovatif tıp bilgi işlem ve iletişim biyo teknoloji, nanoteknoloji, yenilenebilir enerji, su arıtma, geri dönüşüm, savunma-güvenlik, eğitim teknolojileri, alternatif enerji kullanan taşıma alanları. Bunlar gelişmeye açık küresel sektörlerdir. **Yeni nesil girişimciler iş fikirlerini bu alanlardan bulmalıdır. Zira yeni girişimciliğin bir başka özelliği de gidermek istediği ihtiyaç ve sorun ürün/hizmet ve toplumsal fayda dünyanın diğer ülke insanları tarafından da talep görmelidir.**



## GİRİŞİMCİLİKTE ETİK VE İTİBAR

Girişimciliğin hareket noktası sorun çözmek ve ihtiyaç gidermektir. Bir taraftan sorunu çözerken diğer taraftan sorun çıkarmak girişimcilik değildir. Çünkü sorunları azaltmıyorsunuz. Girişimcilik süreçlerinin başında yer alan iş fikri, kişinin öz malıdır ve ona ait olmalıdır. İşte buna fikri mülkiyet hakkı denir ve korunur. Gerçek girişimci; “kafanı kullan köşeyi dön,” “çal çırp köşeyi dön”, “rüşvet ver, vergiyi kaçır zengin ol” ,”tüketiciyi aldat, çocuk işçi çalıştır, kâr et gibi deyişlerle hareket etmez. Bu durum girişimcilik etiğine uygun değildir. Etik kurallar içinde hareket eden girişimci, yaratıcılığını bu deyişleri uygulamak için değil girişimci etiğine uygun iş fikirlerinin yaratılması ve uygulanması için kullanılmalıdır. Yani fikirleri yağmalayan değil yaratan olmalıdır. “Kâra giden her yol mubahtır.” sözü gerçek girişimci için geçerli değildir. Fikirlerin korumaya alındığı ortamlarda yaratıcılık daha çok gelişiyor. Eğer fikir korunamıyorsa fikir yaratanlar fikirlerini kimselere açamamakta ve fikirler hem gelişmemekte hem de uygulanmamaktadır.



## GİRİŞİMCİLİKTE ETİK VE İTİBAR

Diğer yandan etik değerlere aykırı hareket ederek para kazanan, zengin olan sözde girişimciler topluma kötü örnek olmakta ve girişimciliğin itibarını düşürmektedirler. İnsanlar daha insani ve ahlaki yollardan geçinmenin yollarını aramakta ve gerçek girişimcilik pek ilgi görmemektedir. Diğer yandan işletme başarısızlıkları sonucu iflas etmiş girişimciler, başarısızlığa karşı tolerans olmadığı için ağır suçlu olarak görülmektedir. Girişimci adaylar, böyle duruma düşmemek ve başarısız olursam korkusu nedeniyle girişimciliği denemek istememektedirler. Bunun için gerçek girişimciliğe ve girişimcilere itibar kazandırılırsa bu, itibarlı bir meslek ve kariyer alanı olarak tanıtılır, gösterilirse insanlar girişimciliğe daha çok ilgi gösterilebilir. Devlet iflas hukukunda buna uygun yeni düzenlemeler yapılırsa, gerçek girişimci ile sözde girişimci birbirinden ayrılırsa toplum gerçek girişimciye itibar yükleyebilir. Devlete vergi veren, vatandaşının istihdamını sağlayan, ürettikleri ürün ve hizmetlerle müşterilerinin sorunlarını çözen, ihtiyaçlarını gideren toplumsal sorumluluk projesiyle toplumsal sorunlara toplumsal fayda üreten gerçek girişimciler her zaman her yerde saygıyla karşılanmalı ve itibarlı olmalıdır. Şunu unutmamak gerekir ki, bir ülkenin gücü gerçek girişimcilerin kurduğu işletmelerin gücüdür.



The image features a dynamic, multi-colored smoke or ink background. The colors transition from blue on the left, through purple, magenta, red, orange, yellow, and green on the right. The smoke is thick and billowing, creating a sense of movement and depth. In the center, the word "TEŞEKKÜRLER" is written in a bold, white, sans-serif font. The text is slightly shadowed, making it stand out against the vibrant background.

TEŞEKKÜRLER