Lifelong Learning Programme

stayIN

PRATİK EL KİTABI

MODUL-1 İŞ PLANI

Türkiye'de Mesleki ve Teknik Eğitimde görev yapan öğretmen, eğitmen ve uzmanlar için PRATİK EL KİTABI

EĞİTİM VE GENÇLİK ÇALIŞMALARI ENSTİTÜSÜ DERNEĞİ

Bu proje Avrupa Komisyonu'nun desteği ile finanse edilmektedir. Bu yayın[bildirim] sadece yazarın görüşlerini yansıtmaktadır ve Komisyon bu belgedeki bilgilerin kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

PROJEKT NUMMER - LLP-LDV-TOI-13-AT-0010

İÇINDEKILER

1. Giriş 2

1.1. İş planı nedir? 4

1.2. Piyasa analizi 5

2. İyi bir iş planının özellikleri 6

3. Öğrencileri girişimci olmaları konusunda teşvik etme 8

4. GZFT (SWOT) Analizi 12

5. KAYNAKLAR: 15

1. GIRIŞ

Girişimcinin kendi işini kurma konusunda yüksek motivasyona sahip olması önemlidir. Motivasyon iş kurmak isteyenlerin sahip olması gereken en önemli güçtür. İş kurma ve yürütme sürecinde ortaya çıkabilecek zorluklar, motivasyonun eksik olması durumunda başarılı iş fırsatlarına, geniş finansal olanaklara sahip olunsa bile işletmenin başarısızlığa uğramasına neden olabilir (Anadolu Üniversitesi: İş Planı).

Girişimcileri kendi işini kurma kararına getiren nedenleri yani motivasyon kaynaklarını incelediğimizde genel olarak aşağıdaki başlıklar ortaya çıkmaktadır (KOSGEB: Girişimciler için İş Planı Rehberi):

- Kendi kendinin patronu olmak, 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,
- İş kurarak daha çok manevi tatmin sağlama çabası,
- Bağımsız ya da esnek bir iş ortamına sahip olmak,
- İş fırsatlarını değerlendirme isteği.

Girişimcilerin iş kurma sürecinde karşılarına çıkan faktörler de zorlayıcı faktörler (işin kurulmasını sağlar) ve sürükleyici faktörler olarak iki farklı biçimde değerlendirilebilirler.

Zorlayıcı faktörler (işin kurulmasını sağlar):

- İşsizlik
- Yönetimle anlaşamama
- Başka alternatiflerin olmaması
- İşletmeye uyum sağlayamamak

Sürükleyici faktörler (işin başarısını sağlar):

• Bağımsız olma

• Başarma

• Tanınma

• Kişisel gelişim ve kişisel zenginlik isteği (Oktal ve Tosunoğlu, 2013)

Girişimciliğe başlama ve işin kurulması birçok aşamadan oluşan ve dikkatli bir biçimde yürütülmesi gereken bir süreçtir. Bu süreç temel olarak aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

- *İş kurma düşüncesi:* Girişimcinin kendi işini kurma isteği iş kurma sürecinin ilk aşamasıdır. Bu aşamada ekonomik faktörler, sosyal faktörler, finansal faktörler, toplum kültürü ve kişisel faktörler iş kurma düşüncesi üzerinde etkili olmaktadır.
- *İş fikri:* Girişimcinin iyi bir iş fikri oluşturması için yaşanan yenilikleri ve değişiklikleri izlemesi ve hangi fırsatların olduğunu fark edebilmesi gerekir.
- *Çalışma programı:* İş kurma sürecindeki çalışmaları içeren genel bir çalışma programı oluşturulmalıdır. İşin belirlenmesi, kurulması ve tüketicilere ulaşıncaya kadar bütün faaliyetlerin zamanlamasının ve programlamasının yapılması gerekmektedir.
- *Ön değerlendirme:* İş fikrinin hayata geçirilmesini engelleyecek bir faktör olup olmadığının anlaşılmasını sağlar. Ön değerlendirme, iş fikrine ilişkin temel kriterlere göre işin uygulanması için yapılan bir değerlendirmedir.
- *Yapılabilirlik araştırması:* İş fikrinin yapılabilirliğinin araştırıldığı ve raporlandığı aşamadır. Ekonomik, teknik, mali ve hukuki yönlerden fikrin hayata geçirilebilir olup olmadığının anlaşılmasını sağlar.
- *İş planı:* Temel olarak yapılabilirlik raporunda alınan kararların uygulama planının hazırlanmasıdır. Yatırımın objektif olarak değerlendirilmesini sağlar.
- *İş kurma:* İş planı çerçevesinde işletmenin kuruluş çalışmalarının yürütüldüğü aşamadır. Yatırımın gerçekleşerek işletmenin hayata geçirildiği süreçtir.
- *İş geliştirme:* İşletmenin kârlı ve etkin bir şekilde faaliyetini sürdürmesi için gerekli olan yönetsel faaliyetlerin yürütüldüğü aşamadır.

Kendi işini kurma motivasyonuna sahip girişimci için başarının ilk koşulu başarı potansiyeli yüksek bir iş fikrine sahip olmaktır. İş fikri belirlenirken, girişimci öncelikle 'iş deneyimlerini, ustalıklarını ve becerilerini' ele almalıdır. Bunlara ek olarak 'sahip olunan bilgiler' iş fikri kaynağı olabilir.

Bilgi, beceri ve deneyimler dışında girişimcilerin iş fikirine çevirdikleri konular fırsatlardır. Piyasada neler olup bittiğini izlemek ve fırsatları sezebilmek girişimcilerin temel özelliklerindendir. Bu fırsatlar, piyasaya yeni bir ürün ya da hizmeti sunma şansı yakalamak olabilir, güçlü ve avantajlı bir ortaklık için gerekli ilişkilere ulaşmak olabilir, diğer rakiplerine karşı çok güçlü rekabet şansı olan ürün ya da hizmetleri temin etmek olabilir(KOSGEB: Girişimciler için İş Planı Rehberi).

1.1. İŞ PLANI NEDIR?

İş planı, üç temel amaç için kullanılabilecek bir araçtır. Bunlar; iletişim, planlama ve yönetim olarak sıralanabilir. İletişim aracı olarak iş planı, sermaye sağlama, yapılacak yatırımı cazip hale getirme, stratejik iş ortakları bulma anlamında kullanılır. Geniş kapsamlı ve tüm detayları içeren bir iş planının hazırlanmış olması, kurulacak işletmenin ya da yeni girişimin potansiyel kârlılığını gösterir.

Yönetim aracı olarak iş planı, işletmenin gelişim evrelerine bağlı olarak takip edilecek yolların belirlenmesi, sonuçların izlenmesi ve gelişmenin değerlendirilmesinde kullanılır. Bu anlamda iş planı sürekli olarak yenilenen ve çeşitli aşamalarda kazanılan bilgi ve deneyimlerin sürekli olarak güncel tutulması gerektiği bir belgedir.

Planlama aracı olarak iş planı ise işletmenin her aşamasında yol göstericidir. Gelişim aşamalarına bağlı olarak ortaya çıkan engellerin ortadan kaldırılması ve yeni alternatiflerin oluşturulmasında da kullanılır.

İş planlaması sürecinin bir aracı olan iş planının sadece bir belge olmadığının anlaşılması önemlidir. Bir belge olarak sunulan iş planının işletmenin başarılı olabilmek için yapılması gerekenlere ilişkin yönetsel kararları içermesi zorunludur. İş planlaması sürecinin bir aracı

olan iş planı, işletmenin yaşayabilmesi için neyin, nasıl yapılması gerektiğine karar verme sürecinin ifade edildiği bir belgedir. (Anadolu Üniversitesi: İş Planı, sf.7)

İyi bir iş fikri, tek başına yeterli değildir. Başarılı bir girişim için atılacak ilk adım, iyi bir iş planının hazırlanmış olmasıdır. İş planının temel fonksiyonu, ticari bir girişimi tüm iş potansiyeli analizi de dahil olmak üzere bu girişimi tüm yönleriyle değerlendiren açıklamanın yazılı olduğu bir taslak oluşturmaktır. İş planının temel amacı, girişimcilerin iş kurma sürecinde hangi hedefler için neyi, nasıl ve ne zaman yapacağının belirlenmesidir.

İş planı, girişimcinin yönlendirilmesi ve yönetimi açısından çok önemli bir araçtır. Bir iş planı amaçları, tahminleri ve finansal öngörüleri ortaya koyar. İş planı, nerede olduğumuzu, nereye gittiğimizi ve oraya nasıl varma niyetinde olduğumuzu gösterir. İyi hazırlanmış bir iş planı, başarılı bir işletme kurma kararlılığımızın bir aynasıdır.

1.2. PIYASA ANALIZI

Piyasa ya da pazar, belirli mal veya hizmetlerin alınıp satıldığı yerdir. Bu tanım kuşkusuz klasik bir piyasa tanımıdır. Bugün bazı piyasalar, herhangi bir yere ihtiyaç duymadan da bir araya gelebilen alıcı ve satıcıların buluşma biçimini ifade etmektedir.

Alıcı ve satıcıların karşılaştıkları mal dolaşımının gerçekleştirildiği yer şeklinde tanımladığımız piyasa, işletmenin ürettiği mal ve hizmetleri talep eden insanlarla bu insanlara satış yapmak isteyen satıcılardan oluşmaktadır. Dolayısıyla piyasa nüfusun toplamını kapsamaktadır. İş yaşamına baktığımız zaman, bir işletmenin kendisine hedef olarak belirlediği piyasa, başka bir işletmenin hitap ettiği piyasa ile aynı ya da farklı olabilir. Piyasa kavramını en büyük piyasadan başlayarak, en küçük piyasaya doğru tanımlamak ve her birinin işletme için ne anlama geldiğini bilmekte fayda vardır.

Piyasalar ve piyasa dinamikleri devamlı olarak değişime uğramaktadır. Bu nedenle bir girişimci, hitap ettiği hedef piyasayı ve genel anlamda işletmenin çevresini devamlı olarak ve dikkatle izlemeli; piyasa seçimini ve faaliyetlerini değişen koşullara göre yeniden revize etmelidir. Piyasa analizi, iş çevresinin ve piyasa güçlerinin genel olarak; müşterilerin, rakiplerin, işletmenin bugün nerede olduğunun anlaşılması ve gelecekte nerede olacağının araştırılmasıdır.

Piyasa analizi girişimciye aşağıdaki faydaları sağlayacaktır:

1. Büyüme ve genişleme için piyasa dilimleri seçebilecek, rakiplerin ataklarına karşı mevcut piyasa konumunu koruyacak stratejiler geliştirebilecektir.
2. Güvenilir müşteri geri bildirimine sahip olacaktır, böylece ürün geliştirilmesi, performansının ve güvenilirliğinin arttırılması için çalışmalar düzenlenebilecektir.
3. Piyasa verilerini inceleyip değerlendirebilecek, ihracat piyasalarını saptayarak girişimin büyümesi için önemli seçenekler ortaya koyabilecektir.
4. Doğru farklılaştırma stratejileri belirleyerek, ürününün sıradan ürünlerden ayırt edilmemesi gibi güç bir duruma düşmesine engel olabilecektir.

Satışta düşüşü tersine çevirebilecek, zayıflamış bir ürünün imajını güçlendirebilecek ve müşteri ilişkilerini tekrardan kurabilecektir (Oktal ve Tosunoğlu, 2013).

2. İYI BIR IŞ PLANININ ÖZELLIKLERI

Kendi işini kurma hedefiyle yola çıkan girişimcilerin başarılı olmalarının temel şartlarından biri, iş kurma sürecinin planlanmasıdır. Bir girişimci en baştan bir çalışma programı hazırlarsa, ne zaman, hangi soruların cevaplarını araştıracağını, hangi kurumlara başvuracağını, hangi çalışma için kimlerden yardım isteyeceğini, tüm bu faaliyetler için yaklaşık ne kadar zamana ihtiyacı olduğunu bilir. Ancak bu şekilde iş kurma hazırlıkları gereken detayda ve gereken zamanda tamamlanabilir.

İş kurma süreci çalışma programı girişimcilerin hemen ilk aşamada sürecin genel kapsamını hazırlayacakları bir programdır. Çalışma programının amacı, iş kurma sürecinde yer alan aktiviteler için (iş fikirlerinin ön değerlendirmesi, kesin iş fikrinin belirlenmesi, yapılabilirlik araştırması, iş planı dosyasının tamamlanması, işin resmi kuruluşunun yapılması, işin teknik ve idari sisteminin kurulması) girişimcinin yaklaşık zamanlamaları belirlemesini sağlamaktır.

İş kurma sürecinin başında hazırlanan genel program, süreç içinde sürekli revizyon gereksinimi gösterecek ve her aşamada girişiminin temel faaliyetleri ve yaklaşık süreleri görmesini sağlayacak, ayrıca planlı çalışmanın ilk alışkanlığını verecektir. Çalışma sürecinde ilerleyen

girişimci, gerçekleşen aktiviteler ve giderek daha çok kontrol altına aldığı çalışma kapsamı ile detaylı ve doğru bir programa ulaşacaktır.[1]

Sektör: İş fikrini oluşturmuş girişimci; iş fikrinin içinde bulunduğu sektör/alt sektörleri belirleyerek iş fikrinin en genel çerçevede hangi özelliklere sahip olduğunu ortaya çıkaracaktır.

Girişimci iş fikrinin içinde bulunduğu sektörü ve özelliklerini belirlerken, değerlendirme esnasında sektörel özellikler olarak; işletme sermaye gereksinimi, rekabet yoğunluğu, girdi piyasalarında yaşanan rekabet, sektörde ulaşılan kâr düzeyleri ve rakiplerin gücü ele alınmalıdır. Ayrıca girişimci, sektörün ülke ekonomisi içinde sahip olduğu yeri ve büyüklüğü araştırırken, sektörün geçmişten bugüne ülkemizde ve gerekli ise diğer ülkelerde yaşadığı gelişmeyi ele almalıdır. Son olarak sektörün gelecekte yaşaması beklenen gelişmeleri inceler ve değerlendirmelerini yaparak kendi işi açısından bu gelişmelerin etkisini belirler.

Piyasa: Sektörün özelliklerinin belirlenmesinden sonra girişimci içinde olacağı piyasaların başlıklarını ve genel özelliklerini araştıracaktır. İş fikirleri ile ilgili piyasa özellikleri denildiğinde ilk olarak akla gelen müşteriler ve talepleridir. Oysa işletmeler iş hayatında aynı anda birden fazla piyasa ile etkileşim içindedirler. Bunlar:

- Müşteri piyasası
- Girdi piyasası
- İş gücü piyasası

Girişimci öncelikle iş fikrinin içinde bulunduğu sektör ve piyasaları belirlemelidir. Bir işletmenin başarısı müşteri piyasaları tanımasına ve buralarda rekabet edebilmesine bağlıdır.[2]

İyi bir iş planı aşağıdaki özelliklere sahiptir:[3]

1. İşin ihtiyaçlarına uygundur.
2. Gerçekçidir, uygulanabilirdir.
3. Spesifiktir, plana bakarak sonuçları izlemek mümkündür.
4. Uygulamaya ilişkin sorumlulukları açıkça tanımlar.
5. Varsayımları açık bir şekilde tanımlar.
6. Planı uygulayacak kişilere hitap eder.

---

[1] http://fbemoodle.emu.edu.tr/pluginfile.php/25526/mod_resource/content/0/Girisimci_Is_Plani_Hazirlama_Rehberi.pdf
[2] www.izetd.org.tr/dosyalar/girisimcilik.doc
[3] http://timberry.bplans.com/2009/02/some-key-questions-on-business-plans.html

7. Planı uygulayacak kişilerde bağlılık yaratır.
8. İzleme ve yeniden planlama süreci ile sürekli yenilenir.

3. ÖĞRENCILERI GIRIŞIMCI OLMALARI KONUSUNDA TEŞVIK ETME

Bireylerin, eğitim-öğretim süreçlerinde kazandırılmak istenen hedef davranışları kazanmalarının en etkin yolunun kendi yaşantıları aracılığıyla bunu gerçekleştirmek olduğu bilinen bir gerçektir. Bilgi toplumunun gerektirdiği bireylerin yetiştirilebilmesi için öğrenciler eğitim süreci içinde gerçek hayatla mümkün olduğu kadar karşı karşıya getirilmeli böylece öğrenciler doğal süreçleri yaşayarak hedef davranışları içselleştirmeleri sağlanmalıdır.

Geçmişteki "teşebbüs" ve "müteşebbis" kavramları yerine günümüzde "girişim" ve "girişimci" kavramları kullanılmaktadır. Günlük hayatta, girişim; bir işi yapmak için harekete geçme durumunu ifade etmekte, girişimci ise; böyle bir durum içinde yer alan girişken kişi anlamında kullanılmaktadır. İçinde bulunan çağın gereklerini karşılayabilecek bireyler yetiştirme misyonu olan eğitim sistemleri, girişimcilik özelliklerine sahip bireyler yetiştirmeyi kendine amaç edinmiştir.

Milli Eğitim Bakanlığı (2005) girişimciliği "...empati kurma, insan ilişkilerinde uyumlu davranışları gösterebilme, plan yapma, planlarını uygulayabilme, risk alma; herhangi bir alanda ihtiyaç duyulabilecek bir ürünün gerekliliğini sezme..." şeklinde ifade etmektedir.

Girişimciliği meydana getiren bazı temel beceriler eğitim yoluyla geliştirilebilir. Bu özellikleri Iredale ve Motsa problem çözme, yaratıcılık, ikna etme, plan yapma, doğru karar verme, kendine güven duyma, özerk olma, kendine yetebilme, başarıya yönelme, çok yönlü olma, becerikli ve dinamik olma şeklinde sıralamaktadır. Eraslan (2011) ise girişimci bireyin sahip olması gereken temel becerilerini şu şekilde sıralamıştır:

- Yeniliklere açık olmalı, ilginç fikir ve düşünceleri kazanç sağlanabilecek etkinlik alanlarına dönüştürmelidir.
- Farklı ve sıra dışı olmanın meydan okumalarına karşı oluşabilen ya da oluşabilecek riski cesaretle üstlenmeli ve risk yönetimi bilgi ve becerisine sahip olmalıdır.
- Girişimcilik sürecini devam ettirmede ve yenilik geliştirmede liderdirler.
- Girişimcilik bir proje yönetimidir. Planlı ve araştırmaya dayalıdır.

Döm (2006, s. 8-9) ise girişimcilerin sahip olduğu özellikleri şöyle sıralamaktadır; i) Taahhütte bulunma, ii) Harekete geçiren bir güdünün varlığı, iii) Azimli olma, iv) Dayanıklı olma, v) Amaç odaklılık, vi) İnisiyatif üstlenme, vii) Esnek davranma, viii) Problem çözme, ix) Gerçeklikten hareket etme, x) Geribildirim kullanma, xi) Self-kontrol, özdenetime sahip olma, xii) Risk üstlenme alışkanlığı, xiii) İhtiyatlı olma, xiv) Sonuç yönelimli olma, xv) Güven verme, güvenilirlik (Bacanak, 2013).

Bir başka çalışmada ise girişimciyi başarıya ulaştıran en önemli 10 kişisel özelliği şu şekilde sıralanmıştır:

Açık Görüşlü olmak: Bu kişisel özellik girişimciler için hayati önem taşır. Açık görüşlülük, fikrinizin ve vizyonunuzun doğru olduğundan emin olsanız bile diğerlerinden gelecek yeni fikirlere ve bakış açılarına açık olmanızı sağlar; hatta bu görüşler sizinkilerin tamamen zıttı olsalar dahi. Açık görüşlü insanlar, farklı bakış açılarından ve fikirlerinden neler kazanabileceklerini bilirler ve farklı anlayışları benimseme yeteneğine sahiptirler. Açık fikirli olmayı, düşünsel olarak esnek olmak olarak tanımlayabiliriz ve girişimciliğin zor ve değişken şartlarında, bu kişisel özellik girişiminizin hayatta kalmasına büyük katkı sağlayacaktır.

İleri Görüşlü olmak: Girişimcilerin bir gözü sürekli gelecektedir. Daha önce yapılanı değil, insanların böyle bir şeye ihtiyaç duyduklarını bilmediklerini yenilikleri kovalarlar. Başarılı olmak isteyen bir girişimcinin geleceğe heyecanla bakması, dünyanın gelecekte neye ihtiyaç duyacağını bilmesi ve bunu nasıl sunacağı üzerinde daha şimdiden çalışıyor olması şarttır.

Hareket İnsanı olmak: Atalarımızın da dediği gibi, harekette bereket vardır. Başarılı girişimciler bu sözün arkasında anlamı kavrarlar; yapılması gereken her şey tamamlanıncaya dek hiç durmaz, birçok farklı plan ve iş üzerinde çalışırlar. Aklında iyi bir iş fikri olan insanların bilmesi gereken bir şey varsa o da, hedeflerine ulaşmalarını sağlayacak ve fikirlerini gerçeğe dönüştürecek şeyin hareketin ta kendisi olduğudur. Girişimci durağan değil, atak olmalıdır.

Kendini Bilmek: İnsanın kendini tanıması gibisi yoktur, bu size hayatınızın istisnasız her alanında fayda sağlar. Başarılı olmak isteyen girişimciler de kişisel özelliklerini, yeteneklerini ve zayıf noktalarını bilmelidir. Ancak bu sayede yaptığınız hatalardan öğrenebilir ve diğerlerinin yanlışlarını da analiz ederek, bunları tekrarlamaktan kaçınabilirsiniz.

Fırsatları değerlendirmek: Başarılı girişimcilerin tümü parmakla gösterilesi fırsat avcılarıdır. Değişkenleri iyi takip ederler ve anlık fırsatları girişimleri için avantaja dönüştürebilirler.

Bu kişisel yetenek çok kötü görünen durumlardaki kazanımları fark etmeye ve büyük hatalardan öğrenmeye de yarar.

Hedef Odaklı olmak: Girişimciler başarıya odaklanmıştır ve hedeflerine ulaşmak için sıkı çalışmaları gerektiğinin farkındalardır. Hedeflerini belirler ve bu hedefe ulaşmalarını sağlayacak plana sadık kalırlar. Tabii bu zeminin hazırlanmasında, girişimcinin sunduğu ürün veya hizmete inanması da büyük önem taşır.

Hırslı olmak: Girişimciler riskler alarak ve büyük eforlar sarf ederek girişimlerini hayata geçirirler çünkü onlar daha önce yapılmamış devrimsel ve sıra dışı bir şey yaratmayı kendilerine görev edinmişlerdir. Bu denklemi mümkün kılan yegane şey ise hırstır ve bu duyguya sahip olmak için kafalarındaki fikrin hayata geçeceği fikri onlar için gereken tek şeydir.

Çalışkanlık: Girişimciler, girişimde yer alan herkesten daha fazla çalışır ve bundan keyif alırlar. Ayrıca çalışırken enerjileri sürekli yüksektir ve istekli olduklarını anlamak hiç de zor değildir. Çalışkan olmak her insanın sahip olması gereken bir kişisel özellik fakat girişimciler için olmazsa olmazdır.

Yaratıcılık: Girişimciler yaratıcıdırlar. Tüm basmakalıpları ellerinin tersiyle iter ve yeni şeyler yaratmaya odaklanırlar. Süregelen akımları takip etmezler, akımlar başlatırlar. İyi bir girişimcinin amacı hedef kitlesini vizyonu ve sıra dışı empati yeteneği ile şaşırtmak olmalıdır. tır[4]:

Girişimcilik becerisi bazı alt becerilere sahip olmayı gerektirdiği için bir süreç sonucu ortaya çıkan durum veya bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Öğretim programlarında yer alan kazanımların girişimciliği destekleyici olması öğrencilerde bu özelliğin gelişmesinde etkili olabilir. Öğretim programlarının yapısı ders kitaplarının, öğretmen davranışlarının ve öğretim etkinliklerinin yanı sıra öğrencilerin kişisel gelişimlerini etkilemektedir.

Bununla birlikte girişimciliğin doğasına uygun bir öğrenme ortamı oluşturmada, öğretim süreçlerinde aktif ve inisiyatif alan, yeni imkanları sezebilen öğrenciler yetiştirmede öğretmen de önemli bir role sahiptir.

Girişimci bireylerin gerek öğrencilik hayatlarında, gerek iş yaşamında ve gerekse sosyal ortamlarda girişimci olduğu bir gerçektir. Bu nedenle girişimcilik becerisi geliştirme süreci sadece sınıftaki etkinliklerle değil, ders dışı etkinliklerle de desteklenebilir.

[4] http://www.girisimatolyesi.net/?p=312

Eğitim sisteminde önemi tartışılmaz olan öğretmenlerin öğrencilere kazandıracakları bilgi ve beceriyi bilmeleri, tanımlamaları ve hatta bunlara sahip olması şüphesiz önemlidir. Girişimcilik becerisinin geliştirilmesinde okulun öğrencilere; bir işin yapılmasında önderlik etmeye teşvik etmede, sorunlara çözüm yolları aramalarında, çevrelerinde olup bitenlere duyarsız kalmamalarında, liderlik özelliklerinin ön plana çıkmasında, her zaman çalışmaya istekli olmalarında, kendilerini rahatlıkla ifade edebilmelerinde, görev ve sorumluluk alabilme becerilerini geliştirmede ve bir durum karşısında gerçeklikten hareket ederek somut bilgiler sağlamalarında yardımcı olduğu bilinmektedir.

Öğrenci merkezli öğretim yöntem ve tekniklerini benimsemiş öğretmenler, öğretmen merkezli öğretim yöntem ve tekniklerini benimsemiş öğretmenlere göre öğrencilerinde daha üst düzeyde zihinsel gelişim ve daha olumlu kişilik özellikleri geliştirebilmektedir. Öğrenci merkezli öğretimi benimsemiş öğretmenler öğrencilerinde bağımsız düşünme alışkanlıklarını geliştirme, öğrencilerin yeni öğrenme yollarını keşfetmelerine önem verme, ilgi ve ihtiyaçlarını ifade edebilmelerine yardımcı olma ve sınıftaki etkinliklere katılmalarına fırsat verme gibi özellikleri daha fazla ortaya koymaktadırlar.

Öğretmenlerinin girişimcilik özelliklerinin öğrencilerinin girişimcilik becerilerini pozitif yönde etkilediğine inanılmaktadır, aynı zamanda okul yöneticilerinin girişimcilik özelliklerinin öğrenciler üzerindeki etkisi konusunda olumlu araştırmalar mevcuttur. Bir öğrencinin gelecek yaşamı için gerekli olabilecek bilgi ve becerileri kazanmasında en önemli rollerden bir tanesi şüphesiz öğretmene düşmektedir. Öğretmen hem bilgi, beceri ve tutumlarıyla öğrencilerinin eğitimlerini sağlarken hem de davranışları ile onları etkilemektedir. Bir başka ifadeyle öğretmenin hem mesleki hem de kişisel özellikleri öğrencilerin eğitiminde son derece önemlidir. Öğretmenin görünüşü, konuşması, davranışları, inandırıcılığı, konusuna verdiği değer öğrencileri etkileyebildiğinden öğretmen uygun kıyafetler giymeli, konuşması inandırıcı ve gerçekçi olmalı, davranışlarında tutarlı, işini titizlikle yapan bir insan olmalıdır. saygı, içtenlik ve empati ile öğrencilerine yaklaşan bir öğretmenin öğrencileri üretken, yaratıcı, araştırmacı, sentez yapan ve girişimci olmaktadır. Bu bağlamda öğretmenin öğrenciye yaklaşımını içeren mesleki özellikleri ve öğrencilere örnek olabilecek girişimcilik becerisi gibi kişisel özelliklerinin öğrencilerin girişimcilik becerilerinin gelişiminde çok önemli olduğu söylenebilir. Okul idarecileri ve öğretmenler öğrencilere kendilerini ve sahip oldukları girişimcilik potansiyellerini gösterebilecekleri fırsatlar ve ortamlar sağlayabilirler. Dolayısıyla bir okuldaki tüm öğretmenlerin ve idarecilerinin öğrencilerin girişimcilik becerisini geliştirmede etkili olabileceği rahatlıkla söylenebilir (Bacanak, 2013).

4. GZFT (SWOT) ANALIZI

GZFT analizi incelenen kuruluşun, tekniğin, sürecin veya durumun güçlü ve zayıf yönlerini ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemekte kullanılan bir tekniktir.

İncelenen kuruluşla, teknikle, süreçle veya bir durumla ilgili olarak:

- Güçlü yanları (S) (G)
- Zayıf yanları (W) (Z)
- Fırsatları ve (O) (F)
- Tehditleri (T) (T)

belirleme aracıdır. Amaç; iç ve dış etkenleri dikkate alarak, var olan güçlü yönler ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanacak, tehditlerin ve zayıf yanların etkisini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirmektir. GZFT analizi, güçlü olduğumuz ve büyük fırsatların yattığı alanlara odaklanmamızı sağlar.

- Stratejik bir plan geliştirilmesi aşamasında,
- Sorun tanımlama ve çözüm oluşturulması aşamalarında ve
- Nicel verilerin yetersiz, bilgilerin kişilerin belleklerinde olduğu durumların analizinde kullanılır.

Girişimci olarak girişimcilik fikrinizin GZFT analizini aşağıdaki soruları sorarak gerçekleştirebilirsiniz:

Güçlü Yönler:

- Firmanızın avantajlı özellikleri nelerdir?
- Rakiplerinizden daha iyi olan özellikleriniz nelerdir?
- Düşük maliyetle ve özgün olarak rakiplerinizin yapamadığı neler yapabiliyorsunuz?
- Piyasanızdaki insanlar sizin güçlü yönünüz olarak neleri görüyorlar?
- Size satış sağlayan başarılı faktörler nelerdir?
- Firmanızın benzersiz/eşsiz satış teklifi nedir?

Güçlü yönlerinizi hem içsel bir bakış açısıyla hem de piyasadaki insanların ve müşterilerinizin bakış açısıyla düşünün. Güçlü yönlerinizi belirlerken herhangi bir zorluk yaşıyorsanız; firmanızın karakterini yansıtan bir liste hazırlayın. Bunların bazıları güçlü yönleriniz olacaktır.

Güçlü yönlerinizi gözden geçirirken bunların rakiplerinizle olan bağlantısını da düşünün. Örneğin, eğer bütün rakipleriniz müşterilerine yüksek kalitede ürünler sunuyorsa bu pazarınızda bir gerekliliktir, güçlü yönünüz olarak tanımlanmamalıdır.

Zayıf Yönler:

- Organizasyonunuzda/firmanızda neleri geliştirmeniz gerekiyor?
- Hangi hatalardan kaçınmalısınız?
- Piyasanızdaki insanlar zayıf yönleriniz olarak neleri görüyorlar?
- Satışınızı hangi etkenler engelliyor?

Aynı şekilde zayıf yönlerinizi belirlerken de içsel ve dışsal konuları düşünün: Firmanızda sizin göremediğiniz fakat başkalarının görebileceği zayıflıklar nelerdir? Rakipleriniz neyi sizden daha iyi yapıyorlar?

Bunları yaparken gerçekçi olmanız ve tatsız konularla da yüzleşmeniz oldukça önemli.

Fırsatlar:

- Firmanız için "iyi fırsat" olarak tanımlayabileceğiniz konular nelerdir?
- Haberdar olduğunuz trendler nelerdir?

Bunların dışında firmanıza faydası olabilecek fırsatları sıralayabilirsiniz:

- Teknolojide ve piyasalarda oluşan geniş ya da dar ölçekteki değişiklikler,
- Sektörünüzdeki hükümet politikası değişiklikleri,
- Sosyal kalıplar, nüfus profilleri, yaşam tarzı ve benzeri değişiklikler,
- Yerel olaylar,

Fırsatlarınıza bakarken en iyi yaklaşım güçlü yönlerinize bakmanız ve bunlardan nasıl fırsatlar oluşturabileceğinizi gözden geçirmenizdir. Alternatif olarak zayıf yönlerinize bakmanız ve bunları nasıl fırsatları kullanarak elimine edebileceğinizi incelemeniz de yararınıza olacaktır.

Tehditler:

- Karşılaştığınız engeller neler?
- Rakipleriniz neler yapıyor?
- Ürün ya da hizmetlerinizle ilgili kalite standartları değişiyor mu?
- Teknolojinin gelişimi işinizi etkiliyor mu?
- Ciddi anlamda borç ya da nakit akışı problemleriniz var mı?
- Herhangi bir zayıf yönünüz firmanızı tehdit edecek derecede etkiliyor mu?

SWOT Analizi; firmanızın güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek, fırsat ve tehditlerini görmeniz için basit ama kullanışlı bir yapıdır. Size güçlü yönlerinize odaklanmanız, tehditlerinizi minimize etmeniz ve uygun fırsatları değerlendirebilmeniz açısından avantaj sağlar.

SWOT Analizi bir başlangıç (kick-off) stratejisi için formüle edilebilir ya da daha sofistike bir yöntem ile strateji oluşturma aracı olarak kullanılabilir. Ayrıca bu analiz, size tutarlı ve başarılı bir rekabet için rakiplerinizin stratejilerini anlamanız açısından fikir verebilir.

SWOT Analizi'ni yaparken gerçekçi ve titiz olmak önemlidir. Doğru düzeyde uygulamak ve diğer analiz araçlarını da beraberinde kullanmak, oluşturacağınız strateji açısından yararlı olacaktır.

SWOT Analizini başlangıç seviyesinde değil de ciddi bir stratejik araç olarak kullanıyorsanız aşağıdaki konularda mümkün olduğunca titiz olun:

- Sadece kesin ve doğrulanabilir ifadeler kullanın. Örneğin; "Kâr için iyi bir yöntem" yerine "Hammadde kaynağı için ton başına 10 milyon ton." gibi.
- Bazı etkenlerin uzun listelerini acımasızca budayın, önemli olanlara öncelik verin. Böylece vaktinizi boşa harcamamış olursunuz.
- Oluşturulan stratejilerin ileri aşamalarda da uygulandığından emin olun.
- Oluşturulan stratejileri firmanızda doğru düzeyde kullanın. Örneğin ürün ya da ürün yelpazesi konusunda SWOT analizine başvurabilirsiniz.
- SWOT Analizi'nden daha iyi sonuç alabilmek için farklı araçlarla birlikte kullanın. Örneğin; USP Analizi, PEST Analizi, vs. Böylece bulunduğunuz konumu daha iyi görebilecek ve şirket planlamalarınızı daha sağlıklı gerçekleştirebileceksiniz.

İNTERAKTİF ÇALIŞMA

GZFT analizi çalışması

- Öğrenci devamsızlığı ve okul terklerinin önlenmesi açısından okulunuzun GZFT (SWOT) Analizini yapınız.
- Okulunuzun güçlü yönleri nelerdir?
- Okulunuzun zayıf yönleri nelerdir?
- Öğrenci devamsızlığı ve okul terklerinin önlenmesi açısından ne tür fırsatlar mevcut-tur?
- Öğrenci devamsızlığı ve okul terkleri ile ilgili ne tür tehditler mevcuttur?

5. KAYNAKLAR

- Bacanak, Ahmet (2013). Fen ve Teknoloji Dersinin Öğrencilerde Girişimcilik Becerisinin Gelişimine Etkisi Üzerine Öğretmen Görüşleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi, Sayı 13. https://www.edam.com.tr/kuyeb/pdf/tr/aad3d5e6b98e7c977035246418219b6909629.pdf
- KOSGEB: Girişimciler için İş Planı Rehberi: http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/b.aspx?ref=176
- Oktal, Özlem ve Tuğberk Tosunoğlu (ed) (2013). İş Planı; Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3018, Eskişehir
- http://fbemoodle.emu.edu.tr/pluginfile.php/25526/mod_resource/content/0/Girisimci_Is_Plani_Hazirlama_Rehberi.pdf
- www.izetd.org.tr/dosyalar/girisimcilik.doc
- http://timberry.bplans.com/2009/02/some-key-questions-on-business-plans.html
- http://www.girisimatolyesi.net/?p=312