ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Kristof, Kora; Tunçer, Burcu; Schmitt, Martina; Lubjuhn, Sarah

Research Report

Başarıyı yakalayın, sürekli kılın: Türk kökenli girişimciler için "Işletme check-up"ı. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için ekonomik, ekolojik ve sosyal başarı faktörleri

Wuppertal Spezial, No. 32t

Provided in Cooperation with:
Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy

Suggested Citation: Kristof, Kora; Tunçer, Burcu; Schmitt, Martina; Lubjuhn, Sarah (2004) : Başarıyı yakalayın, sürekli kılın: Türk kökenli girişimciler için "Işletme check-up"ı. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için ekonomik, ekolojik ve sosyal başarı faktörleri, Wuppertal Spezial, No. 32t, ISBN 3929944677, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, Wuppertal, https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-200910121279

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/59269

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen
Institut Arbeit und Technik

Kulturwissenschaftliches Institut
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH

Kora Kristof
Martina Schmitt
Burcu Tunçer
Sarah Lubjuhn

Başarıyı Yakalayın, Sürekli Kılın

Türk Kökenli Girişimciler için "İşletme Check-up"ı

Küçük ve orta ölçekli işletmeler için ekonomik, ekolojik ve sosyal başarı faktörleri

WUPPERTAL ÖZEL YAYINLARI 32

Wuppertal Özel 32

Başarıyı yakalayın, sürekli kılın

Türk Kökenli Girişimciler için “İşletme Check-up”ı

Küçük ve orta ölçekli işletmeler için ekonomik, ekolojik ve sosyal başarı faktörleri

Kora Kristof
Burcu Tunçer
Martina Schmitt
Sarah Lubjuhn

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
im Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Arbeit

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

kompakt

Gemeinschaftsinitiative
Equal

Bu broşür, bir Avrupa Birliği ortaklık inisiyatifi olan “Equal” altında yer alan “Kompakt” kalkınma ortaklığı çerçevesinde geliştirilmiş olup, Federal Ekonomi ve İş Bakanlığı tarafından teşvik edilmektedir.

Equal programı ile ilgili daha geniş bilgi www.kompaktnet.de websitesinde bulunabilir.

Kontakt:

Dr. Kora Kristof (Projektleitung)
Burcu Tunçer
Martina Schmitt

Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie GmbH
Döppersberg 19

42103 Wuppertal

Tel.: 0202-2492 -183
E-Mail: kora.kristof@wupperinst.org

© 2004 Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH

Grafik, Satz, Gestaltung: Bildstelle Wuppertal Institut

ISBN 3-929944-67-7

İçerik

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi: Türk kökenli girişimcileri başarıya götüren bir yöntem

6 Neden Türk kökenli girişimciler için bir şirket kontrolu geliştirdik?

7 Göçmen kökenli girişimlerin tipik özellikleri nelerdir?

7 Türk kökenli girişimciler çoğunlukla hangi problemlerle karşı karşıyadırlar?

8 Niye Türk kökenli işletmeler bu yöntemi kullanmalılar?

8 Bu işletme kontrolünün yapılmasından yana – 20 olumlu neden

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi: Adım adım uygulamaya bakış

12 “Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” testini nasıl uygulayacaksınız?

13 21 Soruda “Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi

23 Sonuçların Alınması

24 Şirketiniz için Puanların Değerlendirilmesi

25 Sonuçların Grafiksel Olarak İfade Edilmesi

İlgili Kurum ve Muhataplar

28 Test sonuçlarının değerlendirilmesi çerçevesinde sunulan internet bağlantıları

31 **Proje ile ilgili olarak**

32 **Literatür**

SPANISH ORANGE
SWEET POTATOES
Marmalade oranges
LEMONS
AVOCADO
BLACK GRAPES
KLI

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi:

Türk kökenli girişimcileri başarıya götüren bir yöntem

Neden Türk kökenli girişimciler için bir şirket kontrolu geliştirdik?

Türk kökenli girişimciler 1.878 Milyon ile Almanya'daki en büyük göçmen grubunu oluşturmaktadırlar[1]. Türk kökenli girişimcilerin sayısı son on yılda nerdeyse iki katına erişmiş ve 1991 yılında 23,000 olan özel işletmelerin sayısı 2002 yılında 43,000'e[2] ulaşmıştır. Türkiye Araştırmaları Derneği özel işletmelerin sayısını 56,800[3] olarak tahmin etmektedir ki, bu sayılar "özel girişimci" teriminin çeşitli tanımlarına göre değişmektedir.

Türk kökenli girişimcilerin kurmuş olduğu firmaların cirosu 2002 yılında 26 Milyar Euroya ulaşmıştır. Bu firmalar yaklaşık 65 Milyar Euro yatırım yapmakta ve 290,000 kişiye iş yeri sağlamaktadırlar. Ayrıca Türk girişimciler yüzün üzerinde sektörde aktif rol oynamaktadırlar. En çok yatırım yapılan sektörlerin arasında perakendecilik (34.9%), gastronomi (23.1%), servis (22.2%) ve el işleri (9,9%) sektörleri gelmektedir[4].

İkinci ve üçüncü kuşak firma sahipleri de (transkültürel) deneyimlerini, çeşitli sosyal ağlarını ve her iki ülkedeki organizasyonlar hakkındaki bilgilerini kullanarak olağan iş alanlarında yeni fikirler ortaya koymaktadırlar.

"Başarıyı yakalayın, sürekli kılın" işletme kontrolü, Türk girişimcilere piyasanın ekonomik, ekolojik ve sosyal şartlarına daha iyi uyum sağlamalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. İnternet işlem kalemiyle donatılmış anket formu bir taraftan hedefli sorular ve detaylı değerlendirme sayesinde işletmenizin özgün taraflarını görüp güçlendirmenizi sağlayacak, diğer taraftan da işletmenizin zayıf taraflarına dikkati çekip, bunları gidermek için etkin yolları gösterecektir. Bu kontrolde piyasaya giriş, yabancı sermaye veya bilgi toplama gibi tipik problem alanları, çalışanların çoğunun aynı aileden olması gibi küçük işletmelere özgün sorunlar ile özgün gereksinimler (örneğin kalifiyeleşme gereksinimi) konu yapılmıştır. Ayrıca avantajlar, birikimler ve yetenekler de (örneğin iki kültürlülüğe özgü yetenekler, özgün piyasa girişi avantajları vd.) test kapsamına alınmıştır.

"Başarıyı yakalayın, sürekli kılın" işletme kontrolünün uygulanması oldukça basit olup, hızla sonuç alınabilecek şekilde tasarlanmıştır. Bu kontrol anketinin sonuç değerlendirmesi dışında bilgi, öneri vs. aradığınız takdirde ilgili uygun internet bağlantılarına da dikkatiniz çekilmektedir.

---

1 vgl. Bundesministerium des Inneren u.a., 2004, S. 68
2 vgl. Özdemir 2004, S. 20
3 vgl. Zentrum für Türkeistudien, 2003, S. 16
4 vgl. Zentrum für Türkeistudien, 2003, S. 18

Göçmen kökenli girişimlerin tipik özellikleri nelerdir?

İş faaliyetleri dolayısıyla Türk kökenli girişimciler bir çok sosyal sorumluluk taşımakta ve sosyal-ekonomik gelişime katkıda bulunmaktadırlar. Aynı zamanda da etnik kökenli diğer girişimcilerin entegrasyonunu desteklemektedirler. Türk kökenli girişimciler:

- iki farklı kültür arasındaki pazara hitap ederler,
- sektörlerde, servislerde ve ürünlerde çeşitlilik yaratırlar,
- şehirlerin sosyal ekonomik gelişimine katkıda bulunurlar,
- formal iş pazarı için garanti edilemeyen iş ve eğitim yerleri yaratarak katalist fonksiyonu yerine getirirler,
- hayat kalitesinin ve standartlarının iyileştirilmesine katkıda bulunurlar,
- dünya çapında giderek artan ekonomik bağlantılar içinde bir köprü fonksiyonu üstlenirler,
- Türkiye'deki firmalarla ekonomik ilişkileri sürdürürken yalnızca ticari alışverişlerin değil aynı zamanda da kültürel ve de politik kontağın iyileşmesine de fayda sağlarlar.

Türk kökenli girişimciler çoğunlukla hangi problemlerle karşı karşıyadırlar?

Türk kökenli girişimciler başarılı olabilmek için kimi zaman bazı engellerle ve problemlerle karşı karşıya kalabilirler. Şöyle ki, bu firmalar:

- girişimlerin hazırlanması ya da genişlemesi aşamasında profesyönel bir yaklaşımdan yoksun olabilirler (örneğin çoğu firmalarda pazar, müşteri ihtiyaçları, rekabetçilik ve hedef kitle analizleri yapılmamakta, iş planları bulunmamaktadır);
- Alman devlet kurumları ile zaman zaman problemler yaşayabilirler (örneğin vergi ve sigorta mevzuatını anlaşılmasında ve anlatılmasında zorluklar);
- şirketlerinin gelişmesi için gerekli olan imkanlar ve programlar hakkında bilgi sahibi olmayabilirler;
- profesyönel iş yönetimi konularına hakim olamayabilirler (örneğin muhasebe, personel yönetimi, reklam ve pazarlama konularında eksiklikler);
- rekabet için avantaj sağlayabilecek faktörleri herzaman farkında olmayabilirler (örneğin kültürler arası iletişim yetenekleri, her iki kültür hakkında bilgi sayibi olma, stratejik kooperasyon ve işbirliği fırsatları);
- çıraklık ve iş eğitimi konusundaki potansiyellerini tam olarak kullanamayabilirler (örneğin meslek bilgisinde eksiklikler, mevcut personelin kalifiye olmaması, eğitim sistemi konusunda yeterli bilgiye sahip olunmaması);
- verimli kaynak kullanımı sayesinde ortaya çıkacak olan masraf azaltımı potansiyeli hakkında nadiren bilgilendirilmişlerdir (örneğin enerji ve su kullanımı ile ulaşım ve paketleme masraflarının azaltımı).

Niye Türk kökenli işletmeler bu yöntemi kullanmalılar?

„Başarıyı yakalayın, sürekli kılın“ testi özellikle Türk kökenli göçmenlerin kurduğu firmalar için geliştirilmiştir. Bu yöntem firmaların pazarda karşılaştıkları ekonomik, ekolojik ve sosyal konulara bilinçli yaklaşmalarına yardımcı olur.

İşletme kontrolü hem kısa vadede –yani bir yıl içinde– hem de uzun vadede –yani üç –beş yıllık bir sürede– avantaj getirip, fayda sağlamaktadır. Bunun tipik örnekleri:

Bu işletme kontrolünün yapılmasından yana 20 olumlu neden

A. Müşteri yönelimi

1. Kısa vadede yeni müşteri kazanımı
2. Ürün çeşitlerinin her müşterinin durumuna uygun olması ile ciro ve müşteri sadakatinin (bağlılığının) artması
3. Yeni ürün fikirlerinin müşterilerle birlikte geliştirilebilmesi

B. Piyasada konumlanma

4. Mal çeşidinin optimasyonu sayesinde ciddi ciro artışı
5. Yeni piyasalara girerek devamlı müşteri sayısının arttırılması
6. Rekabet savaşının çetin geçtiği bir piyasada işletmenin geleceğini koruyacak bir piyasa konumunun güçlenmesi

C. Kooperasyon ve işbirliği

7. Sorunların müşterek çözümü sayesinde kısa vadeli maliyet indirimi
8. Müşterek mal alımı vs. sayesinde piyasa gücünün artması
9. İşbirliği yapılan işletmelerin güçlü olduğu yanlar hedefli bir şekilde kullanıldığı için informasyon ve bilgi alanında fark atılması

D. İş Yönetimi

10. Kalitenin eşit kaldığı veya arttığı koşullarda maliyet indirimi
11. İşin ağır taraflarının hafifletilmesi ve iş süreçlerinin optimasyonu
12. İşletmenin geleceğini uzun vadede koruyacak bir alt yapı kurulması

E. Finansman ve teşvikler

13. Kısa vadeli sermaye darboğazlarına girmekten korunulması
14. Mevcut teşviklerin optimal kullanması
15. İşletme ve büyüme planları finansmanının uzun vadede garanti altına alınması

F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf

16. Kısa vadede, asgari düzeyde olmak üzere enerji masraflarından ortalama yüzde 10 ve malzeme masraflarından ortalama yüzde 5 oranında tasarruf
17. Uzun vadede malzeme, enerji ve atık bertaraf masraflarından yüzde 50 oranında tasarruf

G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri

18. Acil kalifiyeleştirme eksikliklerinin kısa sürede bertaraf edilebilmesi
19. Uzun vadede, kalifiyeleştirme gereksinimlerinin mevcut veya tedarik edilebilir yetenek ve becerilerle uyumlu hale gelmesi
20. Mutlu, iyi kalifiye olmuş elemanların cazip iş yerlerinin değerini bilmesi sayesinde rakip işletmelere kaçmak istememeleri

HON
1881

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi:

Adım adım uygulamaya bakış

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” testini nasıl uygulayacaksınız?

„Başarıyı yakalayın, sürekli kılın“ testi yaklaşık 30 dakika sürmektedir ve kolaylıkla uygulanabilecek şekilde hazırlanmıştır. Bu kontrol sadece şirket sahiplerinin değil yönetici pozisyonundakiler ile diğer çalışanların da ilgisini çekebilir. Ayrıca konferanslar ile grup çalışmalarında (örneğin şirket içi ya da şirket dışı çalışma gruplarında) uygulanabilir.

İşletme kontrolü firmaların başarısı için anahtar teşkil eden alanları yoklar. Yedi konu alanının her biri için üç soru sorulmaktadır. Her soru için verilen dört yanıt seçeneğinden ancak biri yanıtlanabilir. Eğer firmanızın şartlarına uygun olmayan bir alan ile karşılaşırsanız, ilgili soruları atlayabilirsiniz. Kontrolün sonuçlarına dair açıklamaları testin sonunda bulabilirsiniz.

21 Soruda “Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” Testi

A. Müşteri yönelimi

1 **Müşterilerinizin ihtiyaçlarını biliyor musunuz? Müşteri isteklerindeki değişimleri ürün veya hizmet çeşidinizi hazırlarken göz önünde bulunduruyor musunuz?**

A Müşteri ihtiyaçları ve müşteri isteklerindeki değişimleri hiç bilmiyorum.

B Müşteri ihtiyaçları ve istekleri şimdiye kadar sadece sistemsiz bir şekilde araştırılıp tespit edilmiştir.

C Müşterilerimizin ihtiyaçları düzenli araştırılıp tespit edilmekte ve piyasada alıcı davranışlarındaki gelişmeler gözlenmektedir (örneğin piyasa analizi).

D Müşterilerimizin ürün veya hizmetlerin düzenlenmesine aktif şekilde katılımları sağlanmaktadır (örneğin müşterilerimizle diyalog kurarak, müşteri anketleri yaparak vs.).

2 **Ne dereceye kadar ürün ve hizmetleriniz sosyal normlara (örneğin çalışma koşulları, uygun ücret, güvenli iş yerleri, sağlık kuralları) ve çevre ölçülerine (örneğin çevre koruyucu ürün üretimi, atık oluşmasını azaltmak, enerji ve su tüketimini minimal düzeye indirgemek) uymaktadır?**

A Ürün ve hizmetlerimizi hazırlarken sosyal ve çevre standartlarını göz önünde bulundurmuyoruz.

B Ürün ve hizmetlerimizi hazırlarken birkaç hususla ilgili sosyal ve çevre standartlarına uymaya çalışıyoruz (sözgelimi ürün ambalajının ve/veya enerji tüketiminin asgari düzeye indirlmesi). Diğer standartlara uymak için sistemli bir çalışma yapmıyoruz.

C Sosyal ve çevre standartlarına uyum işletmemiz içindeki günlük çalışma süreçlerinin bir unsurudur. Ama düzenli aralıklarla yapılan hedefli kontroller yoktur.

D Düzenli aralıklarla ana ürün ve hizmetlerimiz açısından önemli sosyal ve çevre standartlarını tespit ediyoruz. Bunları daha sonra üretim sürecinde dikkatle göz önünde tutup ürün ve hizmet çeşidimizi bunlara uygun şekilde düzenliyoruz.

3 **İşletmenizi geniş bir kamuoyuna tanıtıyor musunuz? İşletme ve branşınızın olumlu bir şekilde algılanması için (imaj oluşturmak) hangi önlemleri alıyorsunuz?**

A İşletmemiz için gereksiz olduğu için aktif bir halkla ilişkiler veya imaj oluşturma çalışması yapmıyoruz.

B Ara sıra işletme veya ürünle ilgili bilgiler yayımlıyoruz: Sunduğumuz meslek eğitim imkanları hakkında da düzenli şekilde bilgi veriyoruz.

C Basın ve diğer kitle iletişim araçlarıyla sıkı işbirliği yapıyoruz; ayrıca girişimci kurultayları, staj vs. gibi etkinlikler kanalıyla işletmemizi ve meslek eğitim olanaklarımızı tanıtıyoruz.

D Aktif ve sistemli bir halkla ilişkiler çalışması yapıyor ve işadamı örgütleri, okul ve diğer lobi gruplarıyla ortak çalışmalar yapıyoruz.

B. Piyasada konumlanma

4 **Özel kültürel yeteneklerinizi (örneğin çok dillilik, iki ayrı kültür özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak, iki ayrı kültürden gelen insanlarla ilişki kurabilmek) işletmenizi başarıya götürmek amacıyla piyasa avantajı olarak kullanıyor musunuz?**

A İşletmenin devamlı müşterileri sadece Türkler olduğu için iki kültüre özgün kültürel yeteneklere sahip olmak hiç önemli değil.

B Türkiye için tipik Türk mallarını (ister Türk ister başka kökenli olsun) bütün müşteri gruplarına satabilmek için özgün kültürel yeteneklerden yararlanıyoruz.

C Genişletilmiş bir müşteri çevresine hitap edebilmek ve gelecekte ürün çeşidini Türkiye için tipik olmayan mallarla arttırabilmek için iki kültüre özgü kültürel yetenekler kullanılmaktadır.

D Hem Almanca konuşulan piyasa hem de Türkçe konuşulan piyasada bu iki ülke için tipik olan ve ama tipik olmayan diğer ürünleri de satabilmek için iki kültüre ait kültürel yetenekler tamamen kullanılıyor.

5 **Ürün veya hizmetlerinizi piyasada nasıl konumlandırıyorsunuz?**

A Şu andaki ürün veya hizmetlerimizle kendimizi Türk alıcı gruplara kabul ettirmeye çalışıyoruz.

B Çeşidimizi çok zengin tutarak Türk tüketici grubu içinde mümkün en büyük piyasa pa-yını elde tutmak amacını güdüyoruz.

C Değişik müşteri gruplarının menfaatlerine göre düzenlediğimiz zengin ürün çeşidiyle kendimizi ulusal ve/veya uluslararası piyasalarda kabul ettirmeye gayret ediyoruz.

D Ürünümüzün özelliği tek başına piyasadaki konumumuzu korumaya yetmektedir (örneğin belirli bir teknoloji alanında piyasada söz sahibi olmak).

6 Devamlı müşterilerinizi arttırmak için ne yapıyorsunuz? Uzun vadede yeni müşteriler kazanmak için hangi araçları kullanıyorsunuz (reklam, pazarlama vs.)?

A Düzensiz aralıklarla işletme ve ürünlerimiz için -belli bir yönteme başvurmadan-rek-lam yapıyoruz. Reklam içeriği hazırlanırken belli bir müşteri grubu veya grupları göz önünde tutulmuyor.

B Yeni ürünleri piyasaya sürerken kapsamlı bir reklam kampanyası yapıyoruz. Bu kampanyalarda fiyatlar belirleyici reklam kanıtı olarak kullanılıyor.

C Ürünlerimiz için farklı müşteri gruplarına göre (örneğin genç veya yaşlı tüketiciler) hazırlanan reklam kampanyaları yapıyoruz. Bu reklamlarda ürünlerimizin sosyal ve çevre korunması açısından sundukları avantajları öne çıkarıyoruz (örneğin çevre dostu özelliği, az enerji tüketimi, biyolojik tarım, sağlık vs.).

D Reklam kampanyaları girişimci faaliyetimizin önemli unsurunu oluşturur. Reklam kampanyalarımız farklı müşteri gruplarına göre hazırlanır. Reklamlarımızda ürünlerimizi oluşturan hammaddelerin kalitesi, müşteri istekleri ve ihtiyaçları olduğu gibi diğer grupların da (örneğin çevre koruma örgütleri) taleplerine önem veririz.

C. Kooperasyon ve işbirliği

7 İşletmeniz için kooperasyonların (örneğin mal alım kooperatifleri, şirketlerin birleştirilmesi, işadamı birlikleri çatısı altında örgütlenme) önemi nedir? Diğer işletme ve işadamı birlikleriyle yapılan işbirliğinin verdiği avantajlardan yararlanıyor musunuz (örneğin bilgi alışverişi, sermaye tedariki, mal alımında maliyet avantajı, birlikler vasıtasıyla çıkarların korunması vs.)?

A Hiç kooperasyon yapmıyoruz.

B Birkaç firma ve örgütler işbirliği yapıyoruz; Bu işbirliği daha çok tesadüfen oluştu.

C Rekabet gücümüzü arttırmak için hedefli bir şekilde diğer Türk kökenli şirket ve kuruluşlarla işbirliği olanakları arıyoruz.

D Hedefli bir şekilde kooperasyon olanakları arıyoruz. Bizim için önemli olan partnerlerimizin rekabet gücümüzü arttıracak renkli bir bileşimden oluşmasıdır.

8 Distribütör ve müşteri ilişkilerinizi nasıl düzenliyorsunuz?

A Ticari ilişkilerimizin iyi olmasını arzu ediyoruz. Ama daha sıkı işbirliği kurma amaçlı özgün faaliyetler geliştirmiyoruz.

B Distribütör ve müşterilerimizle işbirliğini hedefli bir şekilde iyileştirmeye çalışmaktayız.

C Ürünlerimizi, hem distribütör hem de müşteri çıkarlarına hizmet edecek şekilde piyasada konumlandırmak istiyoruz. Ürünlerimizi veya çeşidimizi bu amaca uygun şekilde düzenlemek için distribütör ve/veya müşterilerimizle birlikte çalışıyoruz.

D Ön distribütör ve/veya müşterilerimizle işbirliğimizi ekonomik çıkarlar yanında sosyal ve çevre standartlarına göre yönlendiriyoruz (örneğin meslek eğitimi için müşterek örgütlenme, nakliyat yollarının kısaltılması).

9 Aile ve akraba ilişkilerinin getirdiği avantajlar ve Türk toplulukla ilişkiler işletmenin piyasadaki şanslarını arttırmak için kullanılıyor mu?

A Sermaye, informasyon ve eleman vs. ihtiyacı aile-akraba çevresinden ve Türk topluluğu içinden karşılanmaktadır.

B Sermaye, informasyon ve eleman ihtiyacının aile-akraba çevresinden ve Türk kökenli ilişki ağları vasıtasıyla karşılamanın getirdiği avantajlar kullanılıyor. Ama diğer imkanlardan da (örneğin IHK denen ticaret ve sanayi odalarının informasyonları, yeni iş kuranlara yönelik teşvik önlemleri vs.) yararlanmak için ilk adımlar atılıyor.

C Bilgi, sermaye, eleman vs. ihtiyaçlarının aile-akraba ilişki ağı vasıtasıyla ve Türk topluluğu içinden tedariki yönündeki güçlü eğilim gittikçe zayıflamaktadır. Böylesi ihtiyaçlarımızı, genel piyasanın sunduğu şansları giderek daha fazla kullanarak karşılıyoruz.

D Bilgi, sermaye, eleman vs. ihtiyaçlarının aile-akraba ilişki ağı vasıtasıyla ve Türk topluluğu içinden tedarikinin sunduğu avantajlar, genel piyasanın sunduğu şanslardan da tam anlamıyla yararlanılabilecak şekilde kullanılıyor.

İç tarafa bakış: İşletme içinde hareket

D. İş Yönetimi

10 **İş yönetimi bilgileri (örneğin muhasebe, personel planlaması/yönetimi, reklam/pazarlama) olumlu bir ticari gelişmeye yardımcı oluyor mu? Bir iş planınız (örneğin piyasa, rekabet, müşteri analizleri, hukuksal biçim ve standort hakkında düşünceler) var mı?**

A Ticari çevremizle ilgili güncel veri ve şartlara uyum sağlamak zorunda olduğumuz için bir iş planı mevcut değildir. İşletme bilimiyle ilgili bilgiler konusunda geliştirme eğitimi ihtiyacı mevcuttur.

B İş yönetimi ile ilgili bilgimiz mevcuttur. Ama bunlar, işletme amaçları ve bunlara erişmede kullanılacak araçların somutlaştırıldığı somut bir ticari planın hazırlanmasında kullanılmıyorlar.

C İş yönetimi ile ilgili kapsamlı bilgimiz vardır. Yan alanlara yönelik (örneğin müşteri kazanımı) uzun vadeli işletme amaçları ve bunların nasıl gerçekleştirilebileceği konusunda planlamalar mevcuttur.

D Detaylı iş planımız ve iş yönetimi ile ilgili kapsamlı bilgi birikimimiz işletmemizin ekonomik gelişmesi açısından önemli artıları oluşturur.

11 **İşyerinizdeki ticari işleyişin iyileştirilmesine ne kadar önem veriliyor?**

A İşletmedeki organizasyonla ilgili akışların iyileştirilmesi ve günlük işlerin optimal düzenlenmesi amaçlı önlemler nadiren alınıyor.

B İşletmedeki organizasyonla ilgili akışlar arasıra kontrol edilip iyileştiriliyor.

C İşletmedeki akışlar ve günlük işlerin düzenlenmesi düzenli aralıklarla güncel şartlara uyarlanmaktadır.

D İşletme içindeki akışların sürekli iyileştirilmesi girişimimizin bütünü için sürekli gündemde kalan bir konudur.

12 İşletmeniz için uygulamak istediğiniz netleştirilmiş ve uzun vadeli işletme hedefleri (girişimin vizyonu) ve stratejileri saptadınız mı?

A Hayır.

B Amaç ve stratejiler yazılı şekilde saptanmıştır. Ama bunlar elemanlarımıza yeterli ölçüde tanıtılmamıştır.

C İşletme amaç ve stratejileri yazılı şekilde saptanmış olup düzenli aralıklarla işletmemizde çalışan elemanların katılımıyla güncel duruma uyarlanmaktadır. Amaçlar formüle edilirken sosyal ve çevre korumayla ilgili bakış açıları (örneğin zehirli madde veya atık su işlemleri, eleman memnuniyeti vs.) göz önünde tutulmuştur.

D İşletme amaç ve stratejileri yazılı verilmiş olup düzenli aralıklarla güncelleştirimektedir. Çalışanların bu süreçlere katılımı sağlanmaktadır. Amaç kataloğu ekonomik, sosyal ve ökolojik amaçları kapsamakta olup diğer çıkar gruplarının (örneğin çevre örgütleri, sendikalar gibi paydaşların) ihtiyaçlarını da göz önünde tutmaktadır.

E. Finansman ve teşvikler

13 İşletmenin kurulması veya büyütülmesi için gerekli sermayenin tedariki açısından var olan bütün olanaklar en iyi şekilde kullanılıyor mu?

A Kendimizin biriktirdiği para tek başına yetmemekte ve başka mali kaynaklardan yararlanılması çok zor olmaktadır (örneğin bankaların kredi verme işlemlerindeki engeller). Bu nedenle sermaye tedariki son derece önemli engel teşkil etmekedir.

B Yakın çevreden aileler, arkadaşlar ve iş ortakları sermaye tedarikine katkı yapıyorlar. Bu suretle sermaye sıkıntıları aşılarak işletmenin faaliyetini sürdürmesi sağlanmaktadır. Ama elimizde hazır bulunan finans araçları işletmenin büyütülmesi için yeterli değildir.

C Sermaye hem aile ilişkileri ve Türk kökenli ilişki ağı vasıtasıyla hem de giderek artan şekilde banka kredisi ve teşvikler kullanılarak tedarik edilmektedir. Bunun dışındaki büyüme planlarımızla ilgili sermaye ihtiyacı kapatılamamaktadır.

D Sermaye tedariki için farklı olanaklar kullanılmaktadır. Bu şekilde işletmenin devam etmesi ve/veya planlanan büyümenin gerçekleştirilmesi için gerekli finans araçları (sermaye) sorun çıkmadan –gerektiğinden para piyasasından da– tedarik edilebilmektedir.

14 Küçük ve orta ölçekli işletmelerin teşvikiyle ilgili kamu programlarını (örneğin Avrupa Birliği, Federal Devlet, eyalet ve/veya belediyelerin verdiği teşvikler) biliyor musunuz? İşletme faaliyetiniz açısından önemli kurum ve muhatapları tanıyor musunuz? Teşvik kurumlarından yeterli danışmanlık aldığınızı mı düşünüyorsunuz?

A Yeterli danışmanlık almadığımız görüşündeyiz. Bu sebeple danışmanlık imkanları ve teşvik programlarından hiç yararlanamıyoruz.

B Kaba hatlarıyla genel bilgimiz var. Danışmanlık imkanları ve teşvik programları bizim çıkarlarımızla çok az uyuşmaktadır.

C İyi bilgilendirilmiş durumda olup danışmanlık almak veya teşvik talep etmek istediğimizde kime başvuracağımızı biliyoruz. Buna rağmen bütün imkanlardan yararlanmıyoruz.

D Bizim için önemli teşvik programları hakkında iyi derecede bilgilendirilmekteyiz. Teşvik dağıtan kurumlardaki muhataplarımızla ortak ilişkilerimiz var ve mevcut danışmanlık imkanlarından faydalanıyoruz.

15 Kamu kuruluşu ve makamlarıyla ilişkilerde sorunlarınız var mı?

A Farklı kamu dairelerinin yetki alanları ve kendi aralarındaki görev bölümü hakkında olduğu gibi bu dairelerin içindeki görev bölümü hakkında da bilgimiz yok. Bu gerekli formalitelerin sorunsuz bir şekilde halledilmesini zorlaştırmaktadır. Ayrıca anlayış farklılıkları ve anlaşma sorunları da ilişki kurulmasını zorlaştırmaktadır.

B Kamu kuruluşlarının yetki ve görev bölümü hakkında genel bilgi sahibiyiz. Ama buna rağmen sık sık anlayış ve anlaşma sorunları ortaya çıkıyor.

C Resmi daire ve diğer kuruluşların görev bölümü ve yetki alanları hakkında oldukça iyi bilgi sahibiyiz. Anlayış ve anlaşma sorunları münferit durumlarda ortaya çıkıyor.

D Bizim için önemli kuruluşların görev ve yetkilerini tam olarak biliyoruz. Anlayış ve anlaşma sorunları ortaya çıkmıyor.

İleriye bakış: Yenilik ve Kalifiyeleştirme

F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf

16 **Enerji, hammadde, su tüketiminin azaltılması ve ambalaj malzemeleri ve nakliyat yollarının minimal düzeye indirilmesi vs. sayesinde maliyetten tasarruf imkanlarını kullanıyor musunuz?**

A Hayır.

B Hammadde, su ve enerji tüketimimizi azaltmak ve gereksiz ambalaj malzemesi ve nakliyat yollarından kaçınmak için çalışma yapıyoruz. Ama bu vasıtayla erişilebilen maliyet düşürümü ve çevreye yapılan olumlu etki hakkında sadece kısmi bilgimiz vardır.

C Maliyet nedenlerinden dolayı enerji, hammadde ve su tüketimi yoğun olan bölümleri düzenli aralıklarla kontrol ediyoruz. Ayrıca nakliyat yollarının kısa olmasına ve nakliyat araçlarının tam olarak doldurulmasına dikkat ediyoruz. Bazen, gerçekleştirilmesi mümkün tasarruf önlemleri hala daha yetersiz derecede gerçekleştirilmektedir.

D Hammadde, su, enerji ve nakliyat masraflarından tasarruf imkanlarını düzenli aralıklarla araştırıyoruz. Know-how birikimimizi zenginleştirmek için uzman kişilerle birlikte çalışıyoruz. Uygulanması mümkün tasarruf önlemlerini ardıcıl gerçekleştiriyoruz.

17 **Çöp, atık su ve atık gazları azaltarak tasarruf yapma imkanlarından yararlanıyor musunuz? Bu atıkların sebep olabileceği çevre zararlarını biliyor musunuz?**

A Çöp, atık sular ve/veya atık gazlar toplanmakta olup sadece yasaların belirlediği kurallar çerçevesinde ortaya çıkmaktadır. Bunun yarattığı maliyetten tasarruf ve çevre koruyucu etkiler hakkında bilgimiz yoktur.

B Çöp, atık su ve/veya atık gazlarımızı azaltmak için çalışma yapıyoruz. Bu sayede elde edilebilecek maliyetten tasarruf ve çevre etkileri kısmen bilinmektedir.

C Çöp ve atık su akımları ve atık gaz en büyük ölçüde toplanmaktır. Bu sayede elde edilen maliyetten tasarruf ve çevre etkileri bilinmektedir. Önemli alanlarda daha ileri giden minimalleştirme ve maliyet indirimi sağlamak için önlemler alınmaktadır.

D Çöp ve atık su akımları ve atık gazlar kapsamlı şekilde kontrol edilmektedir. Çevre ve maliyet etkileri en geniş şekilde göz önünde tutulmaktadır. Bu amaçla işletme dışındaki uzmanlarla birlikte çalışıyoruz.

18 Yenilikler, araştırma ve geliştirme (ARGE) nasıl bir rol oynuyor?

A Özel ARGE çalışmaları bizim için gerekli değildir.

B Özel ARGE çalışmaları cüzi bir rol oynamaktadır. Bu çalışamalar özellikle işletme yönetiminin elindedir. Dış araştırma kuruluşlarıyla hiç çalışma yapmıyoruz.

C İşletme içinde ARGE sorumluluğu da verilmiş birkaç kişiyle birlikte çalışıyoruz. Bu alan için sabit bir bütçe planlamış olup diğer işletme ve araştırma kuruluşlarıyla ARGE işbirliği kurmak üzereyiz.

D Yenilikler bütün işletmeyi kapsayan bir konu oluşturmaktadır. ARGE çalışmalarımızda ilgili kuruluş ve kurumlarla düzenli ve yoğun kooperasyonlara giriyoruz (uzman havuzlarına katılım, yeniliklerin geliştirilmesi ve bunları benimsemeyi özendiren projeler vs.).

G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri

19 İşletme sahipleri, yönetici ve elemanlarının yüklendikleri ağırlık işletmenin başarısını (karını) azaltıp uzun vadeli büyüme şanslarını engelliyor mu?

A Güncel duruma göre mevcut çok yüksek iş yoğunluğu, çok uzun çalışma süreleri, özgün mesleki niteliklerde eksiklik işletmenin kar etmesini tehlike altına sokmaktadır (örneğin bazen bu nedenlerden dolayı hatalar meydana geliyor).

B Yüksek iş yoğunluğu, uzun çalışma süreleri, hiç mevcut olmayan geliştirme eğitimi faaliyetleri uzun vadede işletme (işletme aleyhine sonuçlara yol açabilir.

C Profesyonelleşme (sözgelimi uzmanlar tarafından daha iyi halledilebilecek işlerin işletme dışına verilmesi) aşırı yüklenmenin azaltılması için atılacak ilk adımdır.

D Talepteki gelişmeden bağımlı yönlendirilen hedefli geliştirme eğitimi ve işletmenin bü-yümesi, işletmede çalışanların yükünün azaltılması ve gelişmeleri için gereken koşulları yaratır.

20 Girişiminizin başarı sağlaması açısından önemli ve buna uygun şekilde kalifiye edilmiş elemanlar eksik olduğu için ve böylesi elemanlar iş piyasası üzerinden tedarik edilemediği için işletmenizde çırak eğitiyor musunuz?

A Özel meslek eğitiminden geçmiş elemana ihtiyacımız yok ve bu nedenle çırak eğitimi de vermiyoruz.

B Acil kalifiye eleman eksikliği bizim için bir sorun oluşturmaktadır. Meslek eğitim sistemi ve bunun açtığı olanaklar hakkında bilgi eksikliği bizzat kendimizin çırak eğitimi veren bir işletme haline gelmemizi engellemektedir.

C İş piyasası üzerinden de yeterli kalifiye eleman tedarik edilemediği için az bir kalifiye eleman eksikliği mevcuttur. Mesleki bilgi ve ehliyetlerin eksik olduğu durumlarda bizzat kendimiz meslek eğitimi veriyoruz (diğer işletmelerle işbirliği halinde).

D Çıraklık eğitimi veren bir işletme olup düzenli şekilde eleman yetiştiriyoruz. Meslek eğitimi vermediğimiz alanlar için yeterli derecede bilgi ve ehliyet sahibi elemanları iş piyasasında bulabiliyoruz.

21 İşletmenizde elemanları geliştirme ve ilerletme eğitimine verilen önem nedir?

A eğitimine hiç önem verilmiyor.

B Elemanların geliştirme ve ilerletme eğitimleri düzenli yapılmıyor. Mesleki niteliklerdeki eksiklikler yoğun işe uyum sağlatma çalışmasıyla kısmen giderilmektedir.

C Elemanların sürekli geliştirme eğitimi süreci içinde olmasına büyük önem veriliyor. Münferit elemanlar ara sıra işletme dışındaki özgün ilerletme eğitimi programlarına katılma imkanı elde ediyorlar.

D Geliştirme eğitimi önlemleri, işletmemizde kar sağlamak açısından önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Elemanlara düzenli aralıklarla, işletme içindeki veya dışındaki ilerletme eğitimlerine katılarak ek bilgi ve beceri kazanma imkanı verilmektedir.

Sonuçların Alınması

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” testi, her biri için üç sorunun sorulduğu yedi konu alanını kapsar. Bu soruları yanıtlarken her soru için verilmiş dört yanıt seçeneğinden sizin için en uygun olanını seçebilirsiniz. Elbet her soru için yüzde yüz uygun bir yanıtın bulunması mümkün olamaz. Bu sizi rahatsız etmemelidir. En fazla uygunluk gösteren yanıtı işaretlemeniz yeterli olacaktır. Her yanıt seçeneği için aşağıdaki puanlar geçerlidir:

Yanıt seçenekleri	A	B	C	D
Puanlar	0	1	3	5

Her soru için en fazla 5 puan alınabilir. Bu şekilde her konu alanı için en fazla 15 puan almak mümkündür. Tüm konu alanları için toplamda en fazla 105 puan ya da en az sıfır puan alınabilir.

Lütfen, her konu alanı altında cevap verdiğiniz şıkları sonuç tablosuna taşıyınız ve her konu alanı için puanları toplayarak bulunuz. Örneğin Ahmet Bey “Müşteri yönelimi” konu alanında şu cevapları vermiş olsun:

Soru		Cevap
1	Müşteri ihtiyaçları	A
2	Sosyal normlar ve çevre kriterleri	D
3	Kamuoyuna tanıtma	C

Ahmet Bey sonuç tablosuna puanlarını taşıdığında bu konu alanı için sekiz puan aldığını görecektir. Şöyle ki;

Soru Numarası		Yanıt Seçenekleri ve Puanları			Sonuç
		B × 1 Puan	C × 3 Puan	D × 5 Puan	
A. Kundenorientierung					
1	Müşteri ihtiyaçları				0
2	Sosyal normlar ve çevre kriterleri			×	5
3	Kamuoyuna tanıtma		×		3
Toplam puan - Müşteri yönelimi					8

Şirketiniz için Puanların Değerlendirilmesi

Her konu alanı için alınan puanların birbiri ile karşılaştırılması sonucu işletmenizin hangi alanlarda kuvvetli ya da zayıf olduğunu ve hangi alanlarda iyileşme potensiyeli bulunduğunu görebilirsiniz. Düşük puan aldığınız ya da zayıf olduğunuz anlaşılan alanlar için firmanızı performansını geliştirmek üzere bu açıklamaların sonunda ilgili bilgi kaynaklarına ve kontaklarına ait ip uçları bulabilirsiniz.

Aşağıdaki tabloyu aldığınız puanları hesaplamak için kullanabilirsiniz:

Soru Numarası		Yanıt Seçenekleri ve Puanları			Sonuç
		B × 1 Puan	C × 3 Puan	D × 5 Puan	
A. Müşteri yönelimi					
1	Müşteri ihtiyaçları				
2	Sosyal normlar ve çevre kriterleri				
3	Kamuoyuna tanıtma				
Toplam Puan – Müşteri yönelimi					
B. Piyasada konumlanma					
4	Özel kültürel yetenekler				
5	Ürün veya hizmetlerin piyasada konumlandırılması				
6	Reklam ve pazarlama				
Toplam Puan – Piyasada konumlanma					
C. Kooperasyon ve işbirliği					
7	Kooperasyon				
8	Distribütör ve müşteri ilişkileri				
9	Aile ve akraba ilişkileri				
Toplam Puan – Kooperasyon ve işbirliği					
D. Yönetimi					
10	İş yönetimi bilgileri ve iş planı				
11	İşyerinizdeki ticari işleyişin iyileştirilmesi				
12	Uzun vadeli işletme hedefleri ve stratejileri				
Toplam Puan – İş Yönetimi					
E. Finansman ve teşvikler					
13	Sermayenin tedariki				
14	İşletmelerin teşvikiyle ilgili kamu programları				
15	Kamu kuruluşu ve makamlarıyla ilişkiler				
Toplam Puan – Finansman ve teşvikler					

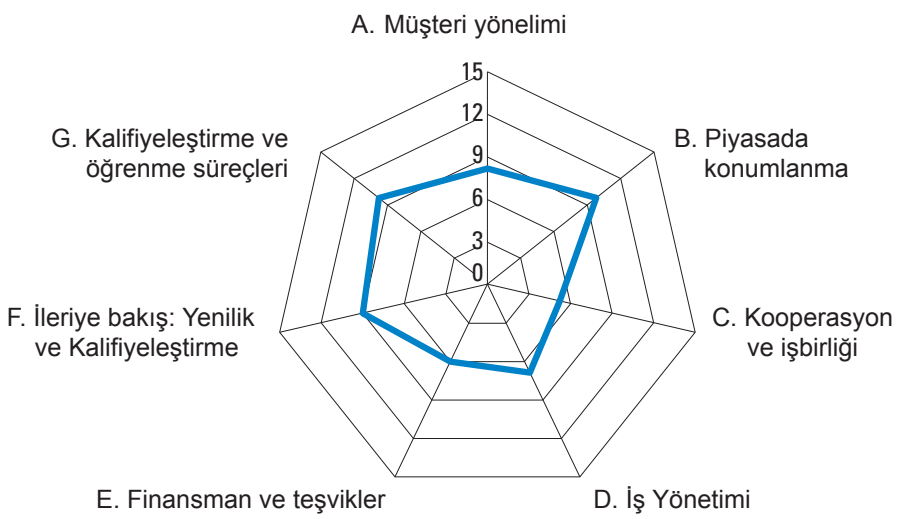
Soru Numarası		Yanıt Seçenekleri ve Puanları			Sonuç
		B × 1 Puan	C × 3 Puan	D × 5 Puan	
F. İleriye bakış: Yenilik ve Kalifiyeleştirme					
16	Verimlilik				
17	Atıkları azaltarak tasarruf				
18	Yenilikler, araştırma ve geliştirme (ARGE)				
Toplam Puan – Yenilik yaparak maliyetten tasarruf					
G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri					
19	İş yoğunluğu				
20	Çıraklık eğitimi				
21	Elemanların eğitimi				
Toplam Puan – Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri					

Sonuçların Grafiksel Olarak İfade Edilmesi

Her konu alanı için aldığınız puanları başarı grafiğine taşıyarak yorumlamanız mümkündür. Başarı grafiğinin her aksı bir konu alanını temsil etmektedir. Firmanızın genel başarısı hakkında fikir edinebilmek için her aks üzerinde işaretlemiş olduğunuz noktaları birleştirmeniz faydalı olacaktır. Aşağıdaki resimde Ahmet Bey'in hazırlamış olduğu başarı grafiği örneğini görebilirsiniz.

Konu alanı	Sonuç
A Müşteri yönelimi	8
B Piyasada …	10
C Kooperasyon …	5
D … vs.	…

Örnek



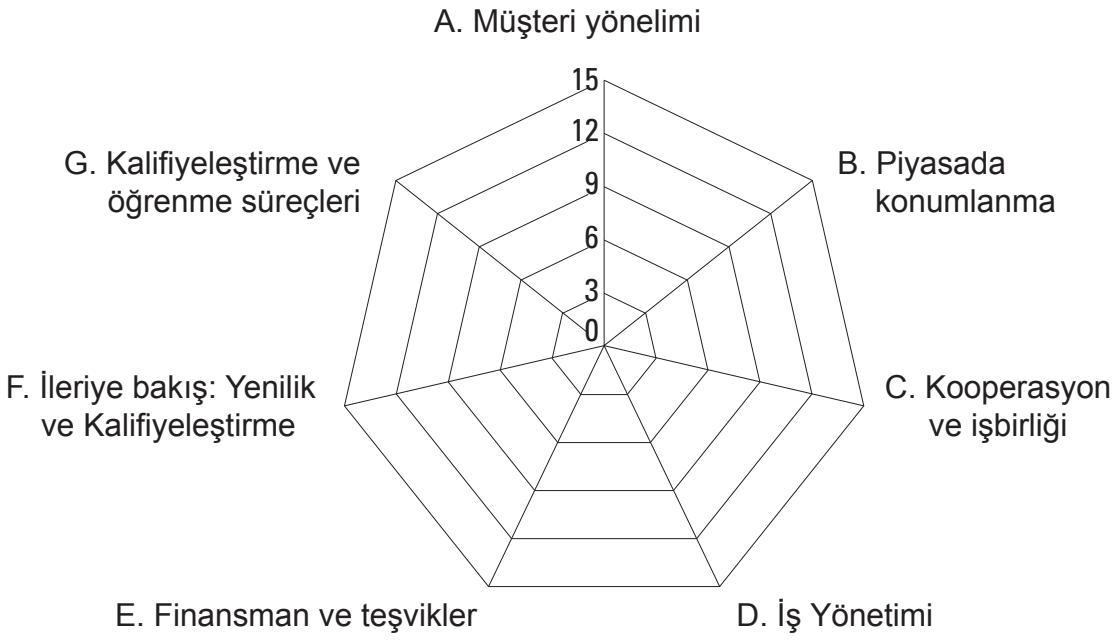
Çizgiler arasında kalan alan ne kadar büyükse firmanızın gelecekte başarılı olması için hazırlığı o kadar büyüktür. Başarı grafiğinde çizgiler arasında kalan alan oldukça küçük olduğu takdirde firmanızın yeteneklerini geliştirilmesi ve büyümesi için potansiyel olduğu anlamını çıkarabilirsiniz.

Eğer spesifik konu alanları ya da sorular için detaylı bilgi almak istiyorsanız, bu broşüre ek olarak verilen internet bağlantısı listesi, size kendi anadilinizde ya da Almanca hazırlanmış olan bilgi ve muhatapları bulmanıza yardımcı olacaktır.

“Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” testi detaylara inen bir işletme danışmanlığı vermemektedir. Ama size işletmenizin gerçek durumu hakkında özet bilgiyi en kısa ve en çabuk yoldan verir. Bu da detaylı danışmanlık ve destek gereksinimini daha iyi planlamanızı olanaklı kılarak para tasarruf etmenizi sağlar.

Aşağıdaki grafiği firmanız ile ilgili sonuçları işlemek üzere kullanabilirsiniz.

Firmanızın Başarı Grafiği



İlgili Kurum ve Muhataplar

Test sonuçlarının değerlendirilmesi çerçevesinde sunulan internet bağlantıları

Sonuç değerlendirmesi dışında daha başka informasyon, bilgi vs. bulmak isterseniz aşağıdaki bağlantılara girip yardım almanız mümkündür.

Genel bağlantı		
Kurum	**Bağlantı**	**Şu konular açısından ilginç**
Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit	Scharnhorststr. 34-37 10115 Berlin Telefon 01888 / 615-9 www.bmwa.de www.bmwa.bund.de/Navigation/Unternehmer/unternehmens fuehrung.html www.bmwa.bund.de/Navigation/Unternehmer/foerderdatenbank.html	B. Piyasada konumlanmak C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi E. Finansman ve teşvikler G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Industrie- und Handels-kammern (IHKs), Auslandshandelskammern (AHKs)	Breite Straße 29 10178 Berlin Telefon 030 / 20308-0 www.ihk.de www.ihk-umkis.de	A. Müşteri yönelimi C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi E. Finansman ve teşvikler F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Zentralverband des Deutschen Handwerks	Mohrenstraße 20/21 10117 Berlin Telefon 030 / 206-19-0 www.zdh.de	C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi
KfW Banken	Palmengartenstraße 5-9 60325 Frankfurt am Main Telefon 069 / 7431-0 www.kfw-foerderbank.de/DE/KfW%20Foerderbank/Inhalt.jsp www.kfw-mittelstandsbank.de/mportal/index.jsp	E. Finansman ve teşvikler G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Euro Info Centre	Fachhochschule Osnabrück Postfach 1940 49009 Osnabrück Telefon für verschiedene Städte unter www.eic.de/eu_wissen/LList03.htm www.eic.de	E. Finansman ve teşvikler
Effizienz-Agentur NRW	Mülheimer Straße 100 45057 Duisburg Telefon 0203 / 37879-30 www.effizienzagentur.de	D. İş Yönetimi F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf
Umweltbundesamt	Postfach 33 00 22 14191 Berlin Telefon 030 / 8903-0 www.umweltbundesamt.de/www-links/	F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf

Kurum	Bağlantı	*Şu konular açısından ilginç*
Bundesländerübergreifende Infoplattform im Bereich produktionsintegrierter Umweltschutz	Effizienz-Agentur NRW Mülheimer Straße 100 45057 Duisburg Telefon 0203 / 37879-30 www.pius-info.de	F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf
Deutscher Bildungsserver	Schloßstr. 29 60486 Frankfurt/Main Telefon 069 / 2 47 08-326 www.bildungsserver.de	G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Bundesagentur für Arbeit	Regensburger Straße 104 90478 Nürnberg Telefon 0911 / 179-0 www.arbeitsagentur.de www.berufenet.de	G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE) e. V.	Friedrich-Ebert-Allee 38 53113 Bonn Telefon 0228 / 3294-0 www.die-bonn.de/service/links/links.asp	G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
TÜV Rheinland Group	Am Grauen Stein 51105 Köln Telefon 0221 / 806-0 www.de.tuv.com/de/produkte_und_leistungen	B. Piyasada konumlanmak D. İş Yönetimi F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf

Proje partnerleri		
Kurum	**Bağlantı**	***Şu konular açısından ilginç***
Check für Unternehmen mit türkischem Migrationshintergrund: Wuppertal Institut für Klima Umwelt Energie gGmbH (Dr. Kora Kristof / Burcu Tunçer / Martina Schmitt)	Döppersberg 19 42103 Wuppertal Telefon 0202 / 2492-183 kora.kristof@wupperinst.org www.wupperinst.org	C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Check für Unternehmen mit italienischem Migrationshintergrund: Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V. (Stefanie Bechert / Gertraud Cellarius / Birgitta Ratazzi-Förster)	Düsseldorfer Strasse 40 65760 Eschborn Telefon 06196 / 495-2810 cellarius@rkw.de www.rkw.de	C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi E. Finansman ve teşvikler F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri
Check für Unternehmen mit russischem Migrationshintergrund: Trifolium Beratungsgesellschaft mbH (Thomas Merten / René Purwin / Amrey Schreiber)	Hanauer Straße 10 61169 Friedberg Telefon 06031 / 68754-64 rene.purwin@trifolium.org www.trifolium.org/	C. Kooperasyon ve işbirliği D. İş Yönetimi F. Yenilik yaparak maliyetten tasarruf G. Kalifiyeleştirme ve öğrenme süreçleri

Türk göçmen kökenli işletmeler için özel bağlantılar: Birlikler, kurumlar vs.	
www.atiad.org	Verband Deutsch-Türkischer Unternehmer e.V. (ATIAD)
www.atu-ev.de	Arbeitsgemeinschaft türkischer Unternehmer und Existenzgründer e.V. (ATU)
www.bteu.de	Bund Türkisch-europäischer Unternehmer (BTEU)
www.einzelhandel.de	Bundesverband des Türkischen Groß- und Einzelhandels (BTGE)
www.dtc-stuttgart.com	Deutsch-Türkisches Business Center (DTC)
www.kausa.de	KAUSA (Koordinierungsstelle – Ausbildung in Ausländischen Unternehmen) (KAUSA)
www.musiadeuropa.de	Bundesverband der Vereine unabhängiger Industrieller und Unternehmer e.V. (MÜSIAD)
www.td-ihk.de/de/	Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer – Unternehmerverband e. V. (TDIHK)
www.tdu-berlin.de	Türkisch-Deutsche Unternehmervereinigung Berlin (TDU-Berlin)
http://www.tiad-ev.de	Verein Türkischen Geschäftsleute in Duisburg und Umgebung e.V. (TIAD-Duisburg)
www.tidaf.de	Verband Türkisch-Europäischer Unternehmervereine e.V. (TIDAF)
www.zft-online.de	Zentrum für Türkeistudien
www.awo-bremen.de/ausbildung.php?menu=5	Beratungsstelle zur Qualifizierung ausländischer Nachwuchskräfte (BQN), Bremen
www.emz-berlin.de/emz/vfg/vfg01.htm	Verein für Gegenseitigkeit e.V. – Beratungs- und Ausbildungszentrum für zugewanderte Gewerbetreibende

Proje ile ilgili olarak

„Başarıyı yakalayın, sürekli kılın“ deyişiyle adlandırılan işletme kontrolü „Multikultureller Nachhaltigkeitscheck: ein Erfolgsfaktor für Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund“ adlı Equal Projesi çerçevesinde geliştirilmiş olup „Wuppertal Institut“ (proje koordinasyonu), „RKW-Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft“ ve „Trifolium-Beratungsgesellschaft“ tarafından uygulanmakta ve Federal Ekonomi ve İş Bakanlığı tarafından teşvik edilmektedir.

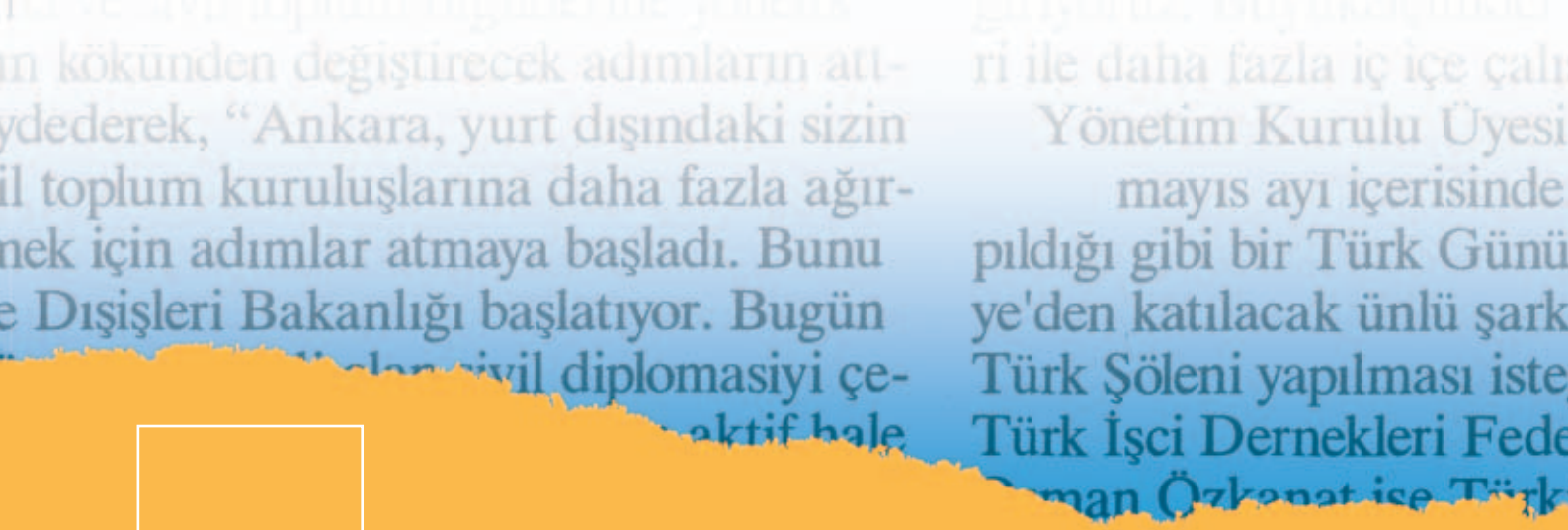
Özel olarak Türk işadamları için geliştirilmiş bu “Başarıyı yakalayın, sürekli kılın” işletme kontrolü yanında İtalyan, Rus ve Fin kökenli girişimciler için de özgün işletme kontrolleri hazırlanmıştır.

Literatür

Bundesministerium des Innern; Sachverständigenrat für Zuwanderung und Integration; Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (Hg.) (2004): Migrationsbericht. Im Auftrag der Bundesregierung – aktualisierte Ausgabe November 2004. www.bmi.bund.de

Özdemir, Cem (2004): Vorwort. In: die Situation der türkischstämmigen Bevölkerung in Deutschland. Gutachten im Auftrag des Sachverständigenrates für Zuwanderung und Integration, Berlin, S. 2–6. www.bafl.de/template/zuwanderungsrat/expertisen_2004/expertise_oezdemir_oezcan.pdf

Zentrum für Türkeistudien (2003): Die Wirtschaftskraft der Türkischen Selbständigen in Deutschland, NRW und der Europäischen Union. Eine Studie der Stiftung Zentrum für Türkeistudien. Essen, im Juli 2003



Wuppertal Institut für
Klima, Umwelt, Energie GmbH
Postfach 100480
42004 Wuppertal
www.wupperinst.org

ISBN 3-929944-67-7