

# GİRİŞİMCİLİK VE E-TİCARET NEDİR?

KAYNAK: MEGEP MODÜLLERİ

# ÖDEVLER ( her dersin sonunda mutlaka ödevleri yapınız)

## 1. DERS

- Kadın Girişimci Örnekleri araştırınız ve proje ekibine sununuz.

## 2. DERS

- Kendinizin SWOT ANALİZİ'ni yapınız, sonucu danışman öğretmeninizle istişare ediniz.

## 3. DERS

- 1-5 kişilik gruplar oluşturarak proje fikri geliştiriniz ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 4. DERS

- Geliştirdiğiniz proje fikri hakkında Pazar araştırması yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 5. DERS

- Geliştirdiğiniz proje fikrinin iş planını yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 6. DERS

- Ürün/Hizmet fiyatlandırmanızı yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 7. DERS

- E-ticaret portallarının çalışma prensiplerini araştırınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 8. DERS

- Ticari anlaşmazlık örnek olayı araştırınız, nasıl çözümlendiğini öğreniniz ve diğer gruplara sunum yapınız.

# 1. DERS

## GİRİŞİMCİLİK NEDİR?

- Toplumun gereksinim duyduğu dolayısıyla talep edilen bir malı ya da hizmeti bulup onu üretmeye girişen ve buna öncülük eden kişidir. Bir başka ifadeyle kârlı gördüğü bir iş için emeğini ve sermayesini riske ederek pazara katılma cesaretini gösteren kimsedir.

### • GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

- Riski üzerine almak,
- Mal ve hizmet üretmek için üretim faktörlerini sağlamak,
- Mal ve hizmetleri belirli bir gereksinimi karşılama amacına yönelterek 4. üretim faktörünü oluşturmaktır.

# GİRİŞİMCİLİĞİN KANUNİ BOYUTU

GİRİŞİMCİLİK, T.C. Anayasası'nın tanıdığı 3 temel hak ile güvence altına alınmıştır.

Bunlar;

- Mülkiyet Hakkı,
- Meslek seçme hakkı,
- Sözleşme yapma hakkı.

## 2. DERS

# BAŞARILI GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

Başarılı Girişimcinin Kişilik Özellikleri:

- Kabul edilebilir riskleri göze alma,
- Kararlılık,
- Çok yönlülük,
- İş bitiricilik,
- Kendine güven,
- Planlı hareket etme,
- İleriyi görme,
- Uyumluluk,
- Liderlik.

Başarılı Girişimcinin Diğer Özellikleri:

- Girişkenlik,
- İkna yeteneği,
- Risk alma,
- Esneklik,
- Üretkenlik,
- Bağımsızlık,
- Sorunları hızlı şekilde çözme,
- Sosyal ve kültürel yapısı vb.
- Sorumluluk duygusu vb.

## Swot Analizi Nedir?

SWOT Analizi, bir işletme, bir proje ya da bir bireyin içsel ve dışsal analiz yapılarak, güçlü ve geliştirilmesi gereken yönleri ile dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin belirlenmesi çalışmasıdır.

## Swot Analizi Nasıl Yapılır?

Swot Analizi, içsel analiz ve dışsal analiz olmak üzere iki boyutta toplam dört faktörün incelenmesi ile yapılır. Bunlar, güçlü yönler, geliştirilmesi gereken yönler, fırsatlar ve tehditlerdir.

### İçsel analizde:

Diğerlerinde olmayan,

Size özgü,

Fark yaratan,

Baskın özellikleriniz ve gelişime açık yönlerinizi ortaya koyabilmek önemlidir.

### Dışsal analizde:

Kısa, orta, uzun vadede

Güçlü / zayıf yanlarınızla değerlendirmek durumunuzda olduğunuz

Algılayabildiğiniz dışsal faktörleri ortaya çıkarmak önemlidir.

Örneğin güçlü veya zayıf özellikleriniz, deneyim, network, fiziksel özellikler, bilgi v.b. olabilir. Yine, iş şartları, ekonomi, teknoloji, rekabet, politika, küreselleşme ögeleri dışsal analize örnek verilebilir.

**S**

STRENGTHS  
GÜÇLÜ



- .....
- .....
- .....

**W**

WEAKNESSES  
ZAYIF



- .....
- .....
- .....

**O**

OPPORTUNITIES  
FIRSATLAR



- .....
- .....
- .....

**T**

THREATS  
TEHDİTLER



- .....
- .....
- .....

İç Etkenler

Dış Etkenler

Olumlu

Olumsuz

**İçsel analiz içe, dışsal analiz dışa dönük bir bakış açısı gerektirir.**

**Ama her ikisi için de:**

- **Odaklanmak,**
- **Araştırmak,**
- **Analiz yapmak gerekir.**

**İçsel Analiz genellikle 6 ana başlıkta ele alınır:**

- **Eğitim (Bilgi)** (mesleki eğitim / genel kültür vb.)
- **Deneyim** (iş, hayat, girişimcilik, yöneticilik vb.)
- **Network** (aile, arkadaşlar, gruplar, çevre vb.)
- **Fiziksel özellikler** (sağlık, güzellik, dayanıklılık vb.)
- **Maddi olanaklar** (ekonomik durum, kaynaklar)
- **Kişisel özellikler** (iletişim, insan ilişkileri vb.)

**Çevresel unsurlar 6 ana başlıkta değerlendirilebilir:**

- **İş koşulları**
- **Teknoloji**
- **Ekonomi**
- **Çevresel unsurlar (politika, güvenlik)**
- **Rekabet**
- **Globalleşme**



# 3. DERS

## PROJE DÖNGÜSÜ

Bir proje fikrinin ortaya çıkmasından projenin tamamlanmasına kadar geçen süre içindeki tüm aşamaları ifade eder.

Proje Döngüsü şu aşamalardan oluşur:

- Fikrin belirlenmesi
- Analiz edilmesi,
- Planlanması,
- Kaynak bulunması,
- Uygulanması,
- İzlenmesi ve değerlendirilmesi.

# Projeler nasıl doğar?

Projeler kendiliğinden ortaya çıkmaz. Bazı talepler veya koşullar bir projenin ortaya çıkışını tetikler. Projenin ortaya çıkışına yol açan bazı koşullar şunlar olabilir.

- Pazar talebi,
- İş süreçleriyle ilgili bir gereksinim,
- Müşteri isteği,
- Teknolojik gelişmeler,
- Yasal zorunluluklar,
- Sosyal gereksinimler.

# Proje Çeşitleri

## ➤ Büyüklüklerine göre;

- Küçük projeler,
- Büyük projeler.

## ➤ Zaman gereksinimlerine göre;

- Kısa erimli projeler,
- Uzun erimli projeler.

## ➤ Kaynak gereksinimlerine göre;

- Az kaynak gerektiren projeler,
- Çok kaynak gerektiren Projeler.

## ➤ Sahip oldukları önceliklere göre;

- Düşük öncelikli projeler,
- Yüksek öncelikli projeler.

## ➤ Yürütücü kuruluşlar bakımından;

- Kamu Projeleri,
- Özel Sektör Projeleri.

## Kritik Sorular:

- Neyi başarmak istiyoruz?
- Hedeflerimiz neler?
- Önceliklerimiz neler?
- Ne kadar bir zamanda sonuca ulaşmalıyız?
- Hangi faaliyetler programlanmalı?
- Bu faaliyetleri gerçekleştirmek için proje ekibinde kimler olmalı?
- Bu faaliyetleri gerçekleştirmenin maliyeti ne kadardır?
- Bu faaliyetler nasıl gerçekleştirilebilir?
- Proje konusunda kimler hangi düzeyde bilgilendirilmeli?
- Projeyi yürütürken hangi sorunlarla karşılaşabiliriz?

# Proje Süreci

Proje fikrinin ortaya çıkışı ile başlayan ve bu fikrin kağıda dökülmesi, geliştirilmesi, yürütülmesi, tamamlanması ve değerlendirilmesinin ardından yeni proje fikirlerinin üretilmesine kadar olan süreçtir.

Proje süreci;

- Projeyi başlatma,
- Projeyi planlama,
- Projeyi yürütme,
- Proje kontrolü,
- Projenin bitirilmesi aşamalarından oluşur.

## PROJE FİKRİ GELİŞTİRME

Çalışma alanınıza bağlı ya da yaşadığınız çevrede “sorun veya ihtiyaç” olarak tespit ettiğiniz fikirler projenizin temelidir. Sorun ya da ihtiyaç varsa fikir de beraberinde gelir diyebiliriz. Proje fikrini oluştururken sorular sorup, cevaplamak faydalanabileceğiniz iyi bir yöntemdir.

Yaşadığınız çevrede neyi “sorun” olarak görüyorsunuz?

Toplumsal ve ekonomik yaşamda iyileştirilmesi, geliştirilmesi gereken konular neler?

**Öncelikli faaliyet alanları neler?**

Sorularının cevapları proje fikrini oluştururken size yardımcı olacaktır.

5N1K kuralı bu aşamada izlenebilecek yöntemlerden biridir; Ne, Ne zaman, Nerede, Nasıl, Neden ve Kim soruları proje sürecinin temellendirilmesini sağlar.

Proje fikrini oluşturmak için en temel başlangıç noktası güncel olayları takip etmek, son zamanlarda yapılan araştırmaları incelemek, çalışma alanınızla ilgili teknolojik gelişmeleri takip etmektir. Çalışma alanınızda araştırmalar yaparak bölgesel, sektörel ihtiyaçları belirlemeye başlayabilirsiniz.

## 4. DERS

### Pazar Araştırması

Pazar araştırması, bir pazara girmeden önce, hedef pazar hakkında, müşteri adayları ve rakipler hakkında soru sorma, bilgi toplama ve sonuçları değerlendirme sürecidir. Pazar araştırması, tüketicilerin ürünlerinizi neden satın almak istediklerini de anlamana yardımcı olur. Bu bilgilerle tüketicilerinize çözüm sağlayan onları etkileyen pazar ürünleri üretip başarı şansınızı arttırabilirsiniz.

Pazar araştırması yaptığınızda hedef müşterilerinizin, kültürel, toplumsal, sosyo-ekonomik, coğrafi ve kişisel durumları hakkında bilgi sahibi olursunuz. Ürününüz için bir talep olup olmadığını, bu talep karşısındaki rakiplerinizi analiz edebilirsiniz.

# Pazar Araştırması Nasıl Yapılır?

Pazar araştırmasına başlamadan önce iki temel piyasa araştırması türünden bahsetmek doğru olacaktır. Birincil pazar araştırması ve ikincil Pazar araştırması arasındaki farkı bilmek, ne tür bir pazar araştırması yapmanız gerektiği hakkında size fikir verecektir.

Birincil pazar araştırması, daha önce toplanmamış yeni veri toplama eylemidir. Yani, analiz edeceğiniz verileri arıyor ve elde ediyorsunuz demektir. Röportaj, anket gibi verileri elde etmek için aktif bir katılım içeren pazar araştırmaları birincil pazar araştırması içinde yer alır.

İkincil pazar araştırması, daha önce üretilmiş verileri toplar.

Pazar araştırması yöntemleri kantitatif (nicel) araştırmalar ve kalitatif (nitel) araştırmalarıdır. Kantitatif araştırmalar 'sayılabilir veriler' üreten pazar araştırmalarıdır. Sektöre ve ürüne uygun sorularla yapılan araştırmanın hedefi istatistik biliminden alınan yardım ile işlenebilecek sayısal verileri toplamak ve buradan anlamlı sonuçlar çıkarmaktır.



- Pazar araştırmaları, şirketlerin önlerindeki sis bulutlarını dağıtır, riskleri azaltır, tüketici odaklı olmalarını sağlar, yeni imkanları belirlemelerinde kolaylık sağlar, uygulanan yöntemlerin doğruluğunu denetler. Bütün bu avantajlar tabi ki zaman kayıpları, yüksek maliyet, bilgilerin doğruluğunun kesin olmayıp sadece tahmin düzeyinde kalması gibi dezavantajları da beraberinde getirmektedir.

## Pazar Araştırması Süreci

- Problemin tanımlanması
- Araştırmanın planlanması
- Araştırma planının uygulanması
- Verilerin analizi ve yorumu
- Araştırma raporunun hazırlanması aşamalarında uygulanır.

# 5. DERS

## İŞ PLANI

- İş planı, ister kurulu bir firma olsun, isterse firma kurma aşamasında olsun; o an bulunulan noktayı, ulaşılmak istenilen hedefe giden yolun haritasının çıkartılmasını sağlayan işler bütünüdür.
- İş planı; işin ne olduğunu, çalışma ortamını, kısa ve uzun vadedeki hedefleri ve bu hedeflere ulaşmak için gereken araç ve yöntemleri tanımlar.
- İş planının hazırlanması:
  1. İşin tanımlanması,
  2. Pazarlama stratejisinin belirlenmesi,
  3. Çalışma ve organizasyon şekli,
  4. Mali düzenlemeler.

# İş Planı Hazırlanma Adımları

- İş planı hazırlanırken öncelikli olarak projenin / işin **SWOT analizinin** yapılması gerekir. Başlangıçtan itibaren planlamanın doğru akışı için güçlü noktalar, zayıf noktalar, fırsatlar ve tehditlerin yazılması hem kişisel hem de kurumsal olarak daha net bir plan yapılmasını sağlar. Daha sonra iş planına geçilir.
- İş planı hazırlanırken projenin tüm kapsamının, bileşenlerinin ve kurgusunun hazır olması gerekir. Proje detayları, yöntemleri ve zor sorulara verilecek yanıtların da biliniyor olması önemlidir. Ekipte görev alacak kişiler, rolleri ve aradaki iletişim rutinleri netleştirilmelidir. Projenin iş planından önce netleştirilmesi gereken bir konu da sponsor ve sponsor tarafından verilen süredir.

# İş Planı Ön Çalışması ve Planın Oluşturulması

- Daha sonra iş planı taslağı oluşturulur. Burada görevlerle ilişkili zaman dilimleri, kaynaklar hakkındaki fikirler, varsayımların listesi, bütçe ve son tarihi ile ilgili kesin listeler hazır olmalıdır. Bu listelerin, projenin hedefinden şaşmıyor olması da önemlidir. İş planı oluşturulmasının ön çalışmalarında ekibin katkısı planı daha gerçekçi hale getirir. Fikirler açık bir diyalogla paylaşılmalıdır. Bu durum, ekibin tüm üyelerinin aynı şekilde düşünmesini ve hedefe odaklanmasını sağlayacaktır.
- Tüm bu ön çalışmalardan sonra iş planının yazılmasına geçilir. İyi bir çevrimiçi iş planlama aracı; düşüncelerin formüle edilmesi, akışın netleştirilmesi ve görev çakışmalarının önlenmesi için faydalıdır.
- Öncelikle başlıklar ve sonraki görevler girilerek bölümlerdeki kilometre taşları oluşturulur. Her görev için hangi ekibin sorumlu olduğu belirlenir ve kaynaklar eklenir. Görev süreleri net olarak yazılır, her görevin başlangıç ve bitiş tarihi olmalıdır. Detaylar, iş planına eklenen notlar ile belirtilir. Ekibi motive etmek için iş planı; müşterinin, şirketin ya da hedefin logo ve görselleri ile süslenebilir.

<https://www.kosgebkredisi.com/kosgeb-is-plani-ornekleri/>

# 6. DERS

## TALEP ve ARZ / FİYATLANDIRMA

### TALEP (Satın Alma isteği):

Talep, istek demektir. Satın alma arzusunu ve isteğini yansıtır. Ancak her istek ve arzu talep anlamına gelmez. Bir isteğin ekonomik anlamda talep olması için yeterli satın alma gücü ile desteklenmiş olması gerekir.

- Belirli bir piyasada, belirli bir zamanda, belirli bir fiyattan, satın alınmak istenen ve satın alma gücü ile desteklenen mal ve hizmet miktarına TALEP denir.
- Kişilerin tek tek taleplerine kişisel talep,
- Kişisel taleplerin toplamına ise piyasa (pazar) talebi denir.

# Talebi Etkileyen Faktörler

- Ürünlerin fiyatı
- Tüketicilerin gelir seviyeleri
- Kişinin alışkanlıkları, tercihleri ve gelenekler
- Malın karşıladığı ihtiyacın şiddet derecesi
- Piyasa işlemleri
- Nüfus
- Mevsimlik faktörler

TALEP KANUNU: Ürünün fiyatı ile satın alma isteği arasında ters orantılı bir ilişki vardır. Ürünün piyasadaki talep miktarı çok ise fiyatı düşer. Piyasadaki talep miktarı az ise fiyatı artar. Satış fiyatlarının ürüne gelen talepten etkilenmesine «talep kanunu» denir.

## ARZ (Sunmak)

Arz, mal ve hizmetlerin belirli bir piyasada, belirli bir zamanda ve belirli bir fiyattan satışı sunulmasıdır.

Pazarlarda, marketlerde, mağazalarda, istediğimiz ürünleri satın almaya hazır buluruz. Pazarlardaki ürün miktarı arzı ifade eder.

## ARZ KANUNU:

Üreticiler kendilerine gelen tüketici talebine göre üretim yaparlar. Hatta bazı firmalar tüketici talebini ölçen anketler yaparak üretim şeklini ve miktarını anket sonuçlarına göre yönlendirirler.

Arz kanunu fiyat ile arz arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Fiyatlar artarsa arz artar, fiyatlar düşerse arz (üretim) azalır.

# Arzı Etkileyen Faktörler

- Malın piyasa fiyatı
- Üretim faktörlerinin fiyatları
- Ülkenin teknoloji düzeyi
- Ekonomik kararlar
- Geleceğe dönük fiyat beklentileri



# Fiyatlandırma Stratejileri Ve Yöntemleri

İşletmeler ürünlerini fiyatlandırırken farklı stratejileri benimserler. Bu stratejiler arasında;

- Maliyet Odaklı Fiyatlandırma,
- **Rekabet Odaklı Fiyatlandırma** ve
- Değer Odaklı Fiyatlandırma en çok tercih edilenler arasındadır.

İşletmenin piyasadaki konumu, sunduğu ürünün tüketici gözündeki değeri ve pazarın rekabet seviyesi tercih edilecek fiyatlandırma yönteminin belirlenmesinde en önemli etkenler arasında yer alır.

**Maliyet odaklı fiyatlandırma** da belli bir satış hacmine sahip üründe elde edilebilecek kar seviyesi üzerinden bir fiyat belirlenir. Ürün maliyetinin yanı sıra işletme maliyetlerinin de hesaplanarak fiyatlandırma yapılması gerekir.

**Rekabet odaklı fiyatlandırmada** pazarda yer alan rakiplerin önüne geçmek isteyen işletme, ürün fiyatını alternatiflerine oranla daha düşük tutarak kendine bir yer sağlayabilir.

**Değer odaklı fiyatlandırmada** ise işletme ortaya koyduğu ürüne kendisi bir değer biçer ve bu değerın tüketici nezdindeki sonucunu pazar araştırması yaparak netleştirir.

# Dinamik Fiyatlandırma

- Ülkemizde ilk defa havayolları şirketleri tarafından hayata geçirilmiş bu sistem ile firma belirli periyot ve koşullar dahilinde ürünün fiyatını sürekli değiştirebilmektedir. Dinamik fiyatlandırma müşteri, adet, kategori, segment ve piyasa bazlı olarak yapılabilmektedir. İşletme ürün ile piyasaya ilk girişinde düşük fiyatlandırma yaptıktan sonra pazarda elde ettiği güç sayesinde **dinamik fiyatlandırma** yöntemini tercih edebilir.
- Günümüz teknolojik imkanları ve veri birikimi sayesinde birçok alanda dinamik fiyatlandırma yöntemi uygulanmaya başlamıştır.
- Rakip fiyat takibi ve [dinamik fiyatlandırma](#) uygulaması sayesinde , fiyatlarınız en yakın rakibinizin hep altında kalır. Ürünlerinizi e-ticaret sayfalarında hep en iyi fiyattan satarsınız. Ayrıca sadece fiyatlar düşerken değil ; artarken de en iyi fiyat sizde olur.

# 7. DERS

## E-TİCARET

- **E-ticaret;** 1995 yılından sonra tüm dünyada internet kullanımının artmasıyla ortaya çıkan, ticaretin dijital ortamda online olarak yapılması kavramıdır. E-Ticaret, herhangi bir ürün ya da hizmet için, çeşitli ödeme yöntemleriyle bir internet sitesi üzerinden ticaret yapmanızı veya sipariş vermenizi sağlayan bir alışveriş yöntemidir.
- Türkiye’de ve dünyada geleneksel pazarlama yöntemlerine ve satış faaliyetlerine e-ticaret’i de ekleyen kuruluşlar, sadece belirli bir lokasyona ve noktaya satış yapmanın ötesine geçerek, süreçlerine e-ticaret’i de dahil etmeye başlamıştır.
- E-ticaret özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) için çok uygun bir ticaret şeklidir. E-ticaret, belirli bir satış noktasının dışına çıkarak satışların artmasına ve daha hızlı ödemeleri alınmasına olanak sağlamaktadır. Fiziki mağaza sahibi olan işletmeler için [e-ticaret](#) önemli bir satış kanalıdır.

# E-ticaret' in avantajları nelerdir?

## Müşteri açısından;

- Hızlı bir şekilde alışveriş yapmasını sağlar.
- Fiyat araştırması için harcanan maliyet ve zamanı en aza indirir.
- Birden fazla ürün çeşidini kıyaslamasına olanak sağlar.
- Ürün çeşitliliği daha fazla olduğundan tercih yapma imkanı daha geniştir.
- Ürünün kullanıcı yorumlarına ulaşılabilirdiğinden, ürüne olan güveni arttırır ve satın alma sürecini hızlandırır.
- Aynı ürünü daha uygun fiyatlara bulabilir.
- İndirim ve kampanyalara ulaşım daha kolaydır.
- 7/24 istenildiği zaman alışveriş yapma imkanı sağlar.

# E-ticaret' in avantajları nelerdir?

## Satıcı açısından;

- Ürünlerini satabileceği her zaman açık olan bir şubeye sahip olur.
- Ürünleri hakkında daha detaylı bilgiyi sunmasını sağlar.
- Alışveriş sürecini hızlandırarak, zamandan ve maliyetten tasarruf sağlar.
- Depo sıkıntısı olmadığından firmanın birçok ürün çeşidini sunabilir, talebe göre satışını sağlayabilir.
- Ürünlerin reklamını daha uygun maliyetlerde yapmasını sağlar.
- Yeni müşteri bulmak daha kolaydır.
- İletişim masraflarını azaltır.
- Fiziksel mağazalara göre kurulum maliyetleri çok düşüktür.
- Firma bilinirliğini hızlı bir şekilde arttırmasına olanak sağlar.

# E-ticarette en çok kullanılan ödeme yöntemleri nelerdir?

- **Kredi kartı:** Online satış sitelerinin en fazla tercih ettikleri ödeme yöntemlerinin başında kredi kartı geliyor. Kullanımının çok kolay olmasının yanı sıra taksit olanağını sağlaması kredi kartını diğer yöntemler arasında avantajlı konuma getiriyor. Bir E-ticaret web sitesinde kredi kartı ile alışveriş yapılabilmesi için SSL güvenlik sertifikasının bulunması gerekir.
  - **Sanal kredi kartı:** Satış sitelerinde alışveriş yapanların son yıllarda tercihleri arasında bir de sanal kredi kartları yer alıyor. Bu tür kartlar gerçek kredi kartı ile bağlantılı olmanın yanında müşterilere özel limit tanımlama şansı verirler. Bu sayede müşteriler alışveriş yaparken kredi kartı bilgilerini vermiş olsalar bile çalınma durumlarında limit belirlenen kartlardan fazla para çekilememektedir.
  - **EFT:** E-ticarette en çok kullanılan ödeme yöntemlerinden biri de EFT yöntemidir. Bu yöntemde bankalar arası para transferi gerçekleştirilerek güvenli bir ödeme gerçekleşir. Kredi kartına karşı EFT'nin avantajı daha fazla güvenli olmasıdır.
  - **Havale:** Havale online alışveriş işlemlerinde yoğun olarak kullanılır. Alıcı ile satıcının hesabının aynı bankada bulunduğu durumlarda havale işlemi yapılır. İşlem kısa sürede gerçekleşir ve EFT'ye göre daha az masraf alınır, bazı bankalarda masrafsızdır.
  - **Kapıda ödeme:** Bu ödeme yöntemi ülkemizde çok yaygın kullanılmaktadır. Avantajı güvenilir olması ve ödemenin ürün tesliminde gerçekleşmesidir.
  - **Paypal:** E-ticarette dünya genelinde yaygın olarak kullanılan ödeme yöntemlerinden biri olan Paypal son yıllarda ülkemizde de yaygınlaşmıştır. Kredi kartı bilgilerinin başkalarıyla paylaşılmadan yapılabilme imkânı veren bu ödeme yöntemi kullanım kolaylığından dolayı geniş kitleler tarafından tercih edilmektedir.
  - **Mobil ödeme:** Son yıllarda online alışverişlerde kullanılmaya başlayan bu yöntem mobil ağıın bulunduğu her yerden ödeme olanağı sağladığından dolayı avantajlı olarak görülmekte ve tercih edilmektedir.
- Yukarıda sıraladığımız bu yöntemler dışında E-ticaret sitelerinde ayrıca elektronik kredi kartı, mail order, e-nakit, elektronik para, akıllı kart, elektronik çek, e-cüzdan gibi ödeme yöntemleri kullanılmaktadır.

## 8. DERS

# İŞLETMENİN HUKUKİ SORUMLULUKLARI

### ➤ Kişiler ve Hukuki Ehliyetleri

- Medeni haklardan yararlanabilen varlıklara kişi denir. İnsanlar dışındaki fiziki varlıkların hukuki anlamda hakları söz konusu olamaz. Hukuk düzeni onları muhatap kabul etmez.
- Kişi denilince akla insan gelir. İnsanlar, gerçek kişileri oluşturur. Ancak yasa ve yönetmeliklerle kurulmuş belirli organları vasıtasıyla haklara ve borçlara sahip olan kişiler de vardır. Bu şekilde yasa ve tüzüklerle oluşturulan kişilere tüzel kişi denir. O halde kişiler gerçek ve tüzel olmak üzere ikiye ayrılır.

# Kişiler ve Hukuki Ehliyetleri

## 1. Gerçek Kişi

- Her doğmuş insan gerçek kişidir. Bir insanın kişiliğinin başlayabilmesi için tam olarak doğup, anne vücudundan ayrılmış ve kısa bir süre de olsa yaşamış olması gerekir. Ölü doğum sonucu kişilik oluşmaz. Anayasamızda ve insan hakları evrensel beyannamesinde bütün insanlar gerçek kişi sayılmıştır.

## 2. Tüzel Kişi

- Tüzel kişi, gerçek kişilerin başka bir isim altında oluşturdukları, gerçek kişiler gibi hakları, borçları ve sorumlulukları olan kişiliktir. Kanun ve tüzüklerle kişilik kazandırılmış insan ve mal topluluklarına tüzel kişi denir. Tüzel kişilerin maddi bir vücudu yoktur. Ancak iradeleri vardır.



# Ticaret Hukuku

- Ticaret hukuku, kişiler (gerçek ve tüzel) arasındaki ticari ilişkileri düzenleyen kuralların tümüne denir.
- Ticaret hukuku, hukukun, ticaretle ilişkili tüm mevzuatı kapsayan bir alt dalıdır. Bireyler arasındaki ticari ilişkileri düzenler.
- Hükümler, temel olarak Ticaret Kanunu'nda toplanmıştır.
- Ayrıca Sermaye Piyasası Kanunu, Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ticaret hukuku kanunlarındanadır.
- Ticari işletme kavramı kanunda açık ve net olarak tanımlanmış değildir. Sadece kanunun 11. maddesinde ticarethane veya fabrika yahut ticari şekilde işletilen diğer müesseseler, ticari işletme sayılır denilmektedir.
- Tacir, ticari bir işi sürekli olarak yapan ve onu meslek edinen, bu faaliyeti bir düzen içerisinde meslek ve sanatının gereklerine göre yapan gerçek veya tüzel kişilerdir. Ticaret Kanunu; ticari bir işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir.

# Tacir Olmanın Sonuçları

- Borçlarından dolayı iflasa tabidir.
- Bir ticaret unvanı seçmek ve kullanmak zorundadır.
- İşletmelerini ticaret siciline kaydettirmek zorundadır.
- Ticari defter tutmak zorundadır.
- Ticari faaliyetlerinde basiretli (işin sonunu gören, anlayan) bir iş adamı gibi hareket etmek zorundadır.
- Haksız rekabet (ekonomik rekabetin kötüye kullanılması) yapamaz.
- Ücret ve faiz istemek,
- Fatura ve teyit mektubu kullanmak,
- Ücret ve cezai şartın azaltılmasını isteyememek,
- Ticari örf ve âdetin tacirlere uygulanacağını bilmek zorundadır.

## ➤ İş Hukuku

- İş hukuku, iş ilişkisi içinde olan kişilerin uyulması zorunlu kurallar bütünüdür. İş hukuku resmi bir iş yerinde hizmet akdi ile başlayan ve çalışmasının karşılığında ücret alan işçi ile işveren arasında ve bunların bağlı olduğu topluluklarla (SSK, İş ve İşçi Bulma Kurumu, sendikalar, odalar, Çalışma Bakanlığı, vakıflar, dernekler vb.) olan ilişkileri düzenleyen uyulması zorunlu kurallar bütünüdür.
- Çalışanlar, niteliği itibariyle, bağımlı çalışanlar ve bağımsız çalışanlar olarak ikiye ayrılır. İş hukuku bağımlı çalışanlardan sadece işçiyi ele alır ve işverenle olan ilişkisini düzenler. Bağımlı çalışanlar grubunda yer alan memurlar idare hukukunun 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun kapsamına girer.
- İş hukuku, kapsam olarak bireysel iş hukuku ve toplu iş hukuku olarak ikiye ayrılır.

# İş Hukukunun Türleri:

## ➤ Bireysel İş Hukuku:

- Genellikle küçük işletmelerde hizmet akdi ile başlayan işçi ile işveren arasındaki ilişkileri düzenler. Konuları olarak ücret, hizmet akdi, çalışma koşulları, ek ücretler ikramiye, komisyon, sosyal haklar, işten ayrılma, tazminat gibi konuları kapsar.

## ➤ Toplu İş Hukuku:

- Genellikle büyük işletmelerde işçi, işveren tarafından topluluklar şeklinde temsil edildiği (sendika) iş yerlerinde uygulanır. Sendika kurma, sendikaya üyelik toplu sözleşme, sendikanın feshedilmesi, sendikal haklar gibi konuları kapsar.

# İş Hukuku Kapsamında Önemli Kavramlar

- **İşçi:** İşçi, iş kanunu tarafından, hizmet akdine dayanarak herhangi bir işte ücret karşılığında çalışan kişi olarak tanımlanmaktadır. Buna göre işçiyi, "geçerli bir iş ilişkisine dayanarak çalışan kişidir" biçiminde tanımlamak mümkündür.
- **İşveren:** İş kanununa göre bir hizmet akdine dayanarak herhangi bir işte ücret karşılığında işçi çalıştıran tüzel veya gerçek kişilere işveren denir. Yani işveren gerçek kişi olabileceği gibi şirket, dernek, vakıf, kooperatif, sendika gibi özel veya kamu hukuku tüzel kişisi de olabilir. İşveren sayılmada en önemli unsur işçi çalıştırma durumudur. İşçi çalıştırmayan kişilerin iktisadi faaliyetleri iş hukuku açısından önem taşımaz. İşçinin işverenin buyruğuna uygun olarak iş yapma borcu karşısında, işverenin işçiden işi yapmasını isteme ve bunun için gerekli talimatı verme hakları bulunmaktadır.
- **İş yeri:** İş kanununda işyeri işin yapıldığı yer olarak tanımlanır. Diğer yandan aynı yasa "İşin niteliği ve yürütme bakımından iş yerine bağlı bulunan yerler ile dinlenme, çocuk emzirme, yemek, uyku, yıkanma, muayene ve bakım beden veya mesleki eğitim yerleri gibi eklentiler ve araçlar da iş yerinden sayılır." hükmüne yer vermektedir.

# İş Hukukuna Göre;

## İşverenin İşçiye Karşı Borçları

- Ücret Ödeme Borçları
- İşçinin Kullanacağı Araç ve Gereç Malzeme ve Donanımı Temin Etme Borcu
- İşçiyi Koruma Borcu
- Eşit Davranma Borcu
- Doğum İzni Borcu
- İşverenin Oda ve Yurt Açma Borcu

## İşçinin İşverene Karşı Borçları

- Çalışma Borcu
- Sadakat Borcu
- İşyeri Kurallarına Uyma Borcu

# ÖDEVLER

## 1. DERS

- Kadın Girişimci Örnekleri araştırınız ve proje ekibine sununuz.

## 2. DERS

- Kendinizin SWOT ANALİZİ'ni yapınız, sonucu danışman öğretmeninizle istişare ediniz.

## 3. DERS

- 1-5 kişilik gruplar oluşturarak proje fikri geliştiriniz ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 4. DERS

- Geliştirdiğiniz proje fikri hakkında Pazar araştırması yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 5. DERS

- Geliştirdiğiniz proje fikrinin iş planını yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 6. DERS

- Ürün/Hizmet fiyatlandırmanızı yapınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 7. DERS

- E-ticaret portallarının çalışma prensiplerini araştırınız ve diğer gruplara sunum yapınız.

## 8. DERS

- Ticari anlaşmazlık örnek olayı araştırınız, nasıl çözümlendiğini öğreniniz ve diğer gruplara sunum yapınız.

# 9. DERS

## SOSYAL SORUMLULUK ve SOSYAL ARAŞTIRMALAR

### 1. UYGULAMA:

- «Çalışabilen Kadın Olmak» konulu röportajları çevrenizdeki çalışan kadınlarla gerçekleştiriniz. Sorularınızı kendiniz oluŐturunuz. Yaptığınız röportajları arkadaşlarınıza sununuz.

### 2. UYGULAMA:

- Toplumun ihtiyacı olan sosyal sorumluluk konularında farkındalık çalışması yapınız.



## 9. DERS

# SOSYAL FARKINDALIK LİSTESİ

1. Çocuk Esirgeme Kurumu «İhtiyaç Listesine Katkıda Bulun» Farkındalığı
2. Meme Kanseri «Erken Teşhis Hayat Kurtarır» Farkındalığı
3. Yeşilay- «Sağlıklı Yaşa, Mutluluk Saç» Farkındalığı
4. Teknolojiyi Kullanan Kadın Girişimcilerden Örnekler «Tekno-girişimci Kadın» Farkındalığı
5. Yeni nesil Robotlar «İnovasyon ve Yapay Zeka hayatımızda» Farkındalığı
6. Yaşlılara Sevgi-Saygı «İhtiyaç Listesine Katkıda Bulun» Farkındalığı
7. Sıfır Atık ve Geri-dönüşüm «Geleceğime sen de katkıda bulun, geridönüştür» Farkındalığı
8. İnsanlığa Fayda Sağla, Dünyadaki Diğer Yetimlere «Ben de varım, yalnız değilsin» Farkındalığı
9. Suyun Kıymeti «İçin İçin Kaynayan Su» farkındalığı
10. Siber-güvenlik «Şifreni Kolla, Kendini Sakla» Farkındalığı
11. Engellilerle Yaşam «Engelin Yok Ki» Farkındalığı
12. Hayvanlarla Yaşam «Yanı Başımızdaki Canlar» Farkındalığı
13. Kadına Şiddet «Aklın Varsa, Şiddet Yoktur» Farkındalığı
14. Kızılay « Kan ver, can ver» Farkındalığı
15. Ve diğer sosyal yardımlaşma ve ihtiyaç konularını araştırınız