

# Dijital GİRİŞİMCİLİK TERMİNOLOJİSİ SÖZLÜĞÜ

## MERSİN'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR GİRİŞİMCİLİK AĞI DİYALOĞUNUN KURULMASI PROJESİ

Bu dijital sözlük 'Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyalogunun Kurulması Projesi' kapsamında hazırlanmıştır. Proje, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve Uluslararası Göç Politikaları Geliştirme Merkezi (ICMPD) tarafından, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü koordinasyonuyla yürütülen ENHANCER Projesi kapsamında uygulanmaktadır. Girişimcilik terminolojisi dijital sözlüğü ENHANCER Projesinin alt hibe projesi olan Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyalogunun Kurulması Projesi kapsamında hazırlanmış olup Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamaktadır. İçerik tamamıyla Mersin Geliştirme ve Araştırma Derneği'nin sorumluluğunda altındadır.

## SUNUŞ

Değerli Okuyucular,

Girişimcilik, ekonomik kalkınma ve toplumsal refahın temel taşlarından biridir. Özellikle bugünün dinamik dünyasında, girişimcilik becerileri ve bilinci, her toplumun kalkınma sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyalogunun Kurulması Projesi, bu önemli alanın desteklenmesine yönelik önemli bir adımdır.

Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyalogunun Kurulması Projesi, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve Uluslararası Göç Politikaları Geliştirme Merkezi (ICMPD) tarafından, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü koordinasyonu ile yürütülen ENHANCER Projesi kapsamında uygulanmaktadır. Mersin Geliştirme ve Araştırma Derneği'nin (MERGAD) koordinatörlüğünde uygulanan bu projede, Mersin Valiliği ve Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi iştirakçi kurumlar olarak yer almaktadır.

Projenin temel amacı, Türkiye'de Geçici Koruma Altındaki Suriyelilerin ve Ev Sahibi Topulukların ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümüne katkıda bulunmak için girişimcilik bilincini ve becerilerini artırmak, aynı zamanda girişimcilik ekosistemi kurum ve mekanizmalarının güçlendirilmesini desteklemektir. Bu hedefe ulaşmak için, "Dijital Girişimcilik Terminolojisi Sözlüğü", önemli bir araç ve kaynak olarak ortaya çıkmıştır.

Bu sözlük, girişimcilik dünyasının karmaşık terminolojisini anlamak ve özümsemek isteyen herkes için bir rehber niteliğindedir. İçerdiği terimler ve açıklamalarıyla, girişimcilik ekosistemini anlamak ve bu alanda faaliyet göstermek isteyen herkes için vazgeçilmez bir kaynaktır. Ayrıca, bu sözlük, girişimcilik bilincinin yaygınlaştırılması ve toplumun geniş kesimlerine ulaştırılması amacıyla da büyük önem taşımaktadır.

Bizler, Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyalogunun Kurulması Projesi ekibi olarak, bu sözlüğün girişimcilik alanında çalışan, öğrenen ve katkı sağlayan herkes için değerli bir kaynak olacağına inanıyoruz. Umuyoruz ki, bu sözlük, girişimcilik ekosistemimizin daha da güçlenmesine ve toplumumuzun kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

*Saygılarımızla*

**MERYAD Yönetim Kurulu**

# GİRİŞİMCİLİK TERMİNOLOJİSİ DİJİTAL SÖZLÜĞÜ

**Bu dijital sözlük Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve Uluslararası Göç Politikaları Geliştirme Merkezi (ICMPD) tarafından, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü koordinasyonuyla yürütülen ENHANCER Projesinin alt hibe projesi olan Mersin'de Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Diyaloğunun Kurulması Projesi kapsamında hazırlanmış olup Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamaktadır. İçerik tamamıyla Mersin Geliştirme ve Araştırma Derneği'nin sorumluluğu altındadır.**

# A

- 1. A/B Test:** Bir kullanıcı testi yöntemi. İki farklı strateji, tasarım veya içerik arasındaki performans farkını değerlendirmek için kullanılan test.
- 2. Açık İnovasyon:** Bir organizasyonun sadece kendi iç kaynaklarına dayanmak yerine dış kaynakları da kullanarak yenilikçi çözümler geliştirmesi ve değer yaratması süreci.
- 3. Agile (Çevik) Yönetim:** Proje yönetiminde esnek, hızlı tepki veren ve sürekli iyileştirmeyi vurgulayan bir yöntem.
- 4. Aggregator (Toplayıcı):** Farklı kaynaklardan gelen içerikleri bir araya getirip sunan platform veya uygulama.
- 5. Akreditasyon:** Uygunluk değerlendirme kuruluşlarınca gerçekleştirilen çalışmaların ve bu çalışmalar sonucunda düzenledikleri uygunluk teyit belgelerinin güvenilirliğini ve geçerliliğini desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir kalite altyapısı.
- 6. Alpha Version:** Yazılım geliştirme sürecinde bir ürünün erken aşamasını ifade eden bir terimdir. Ön izleme versiyonudur. Yazılımın tüm özellikleri tamamlanmamıştır. Bu aşamada hatalar düzeltilmeye devam edilir.
- 7. Amortisman:** Bir işletme üzerine kayıtlı bina, makine parkı ve demirbaşlar gibi Duran Varlıkların aşınma, yıpranma ve eskime sonucu oluşan değer kaybı.
- 8. Ana Sözleşme – Kuruluş Sözleşmesi (Articles of Association):** Girişimin resmi yansıması olan şirketlerin kuruluş aşamasında ortaklar arasında yazılı olarak düzenlenen, şirketin iç organizasyonunu, yönetişimini ve işleyişini düzenleyen temel belge.
- 9. Analog (Benzer):** Bir ürünün veya konseptin diğer başka bir ürün veya konseptle benzerlik göstermesi, geleneksel yaklaşım.
- 10. Angajman (Engagement):** Yapılacak işle ilgili yazılı veya sözlü anlaşma. İş bağlantısı.
- 11. Anti-Dilution:** Sermaye artırımlarında sermaye koymadan hisse oranının sabit kalması. Bu noktaya dikkat etmediğiniz takdirde yeni yatırım turlarında hisse payınızın beklenmedik şekilde azaldığını görebilirsiniz.
- 12. API (Application Programming Interface - Uygulama Programlama Arayüzü):** Yazılım uygulamaları arasında veri iletişimini sağlayan arayüz. API'lar, bir yazılımın diğer yazılımlarla etkileşimde bulunmasını, veri alışverişi yapmasını ve işlevselliği paylaşmasını mümkün kılar.

- 13. Arama Konferansı:** Belli bir konu, sektör veya ilgi alanında uzmanların bir araya gelerek bilgi paylaşımında bulunduğu, deneyimleri tartıştığı, yeni gelişmeleri değerlendirdiği etkinlik.
- 14. Ar-Ge (Araştırma Geliştirme):** Bir organizasyonun veya bir bireyin yeni bilgi edinme, mevcut bilgiyi genişletme ve bu bilgileri kullanarak yeni ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirme sürecini ifade eder. Ar-Ge'nin amacı, bilimsel veya teknolojik bilgiye katkıda bulunarak inovasyonu teşvik etmektir.
- 15. ARR- Annual Run Rate (Yıllık İşlem Hızı):** Bir işletmenin mevcut finansal performansını yıllık bazda ölçen ve ulaşabileceği geliri tahmin etmek için kullanılan bir finansal ölçüm.
- 16. ARPU (Average Revenue Per User):** Kullanıcı başına ortalama gelir. Her aktif müşteri için ne kadar gelir elde ettiğinizi ölçer. Genellikle bir abone tabanının gelirini ölçmek için kullanılır.
- 17. Asansör Konuşması (Elevator Pitch)** Bir girişimcinin asansör yolculuğu kadar kısa bir süre içinde (30-60 saniye), kendini, iş fikrini veya projesini yabancı birine tanıtmaya, ve karşısındakini ikna etme yeteneklerini ortaya koyduğu kısa sunumdur. Bu sunum tarzına asansör konuşması denmesinin bir başka sebebi ise, genellikle yoğun olan yatırımcıları, CEO'ları girişimcilerin ancak asansördeki gibi kısacık boşlukta yakalayıp, fikrini sunma şansını elde etmesinden gelmektedir.
- 18. Asset-Light Model (Hafif Varlık Modeli- Mülksüzleştirme):** Şirketin kendi varlıklarını azaltarak, dış kaynaklardan hizmet alması. Örneğin araç satın almak yerine, araç kiralamak.
- 19. Aylık Aktif Kullanıcı Oranı (Monthly Active Users, MAU):** Bir internet platformu, uygulama veya diğer dijital hizmetlerde herhangi bir ay içinde etkileşime giren benzersiz kullanıcıların sayısını ifade eden bir ölçüm.
- 20. Ayakta Kalma Süresi (Runway):** Bir girişimin gelir elde etmeye başlamadan önce, mevcut nakit durumuyla, ne kadar süre boyunca faaliyet gösterebileceğini belirten süre. Mevcut sermayesi 12.000 dolar ve aylık harcamaları 1.000 dolar olan bir şirketin, ayakta kalma süresi (runway) 12 aydır. Bu, şirketin gelir elde etmeye başlamadan önce 12 ay boyunca faaliyet gösterebileceği anlamına gelir. 12 aydan daha az ayakta kalma süresi girişimcilerin hareket kabiliyetini sınırlar.
- 21. Aylık Yakılan Para (Monthly Burn):** Bir girişimin belirli bir dönemde (genellikle bir ay içinde) harcadığı nakit miktarı. Ay başındaki ve sonunda kasada bulunan net tutarlar arasındaki fark ile bulunur. Örneğin, bir şirket bir ay içinde 10.000 dolar gelir elde ederken, aynı dönemde 15.000 dolar harcama yaparsa, aylık yakılan para 5.000 dolar olacaktır.

# B

- 22. Barter (Takas):** İşletmeler arasında doğrudan mal ve/veya hizmet alışverişi.
- 23. B2B (Business to Business):** Bir işletmenin başka bir işletmeye ürün veya hizmet sağlaması anlamına gelen iş modeli. Şirketler arası pazarlama ya da satış uygulamalarına verilen ad.
- 24. B2C (Business to Consumer):** Bir işletmenin doğrudan son tüketicilere ürün veya hizmet sağlaması anlamına gelen iş modeli. Yani bir işletmenin doğrudan tüketiciye hizmet veya ürün satışı yaptığı model.
- 25. B2G (Business to Government):** İşletmelerin doğrudan devlet kurumları ile yapmış oldukları her türlü ticari faaliyeti ifade etmektedir.
- 26. B Corp Sertifikası (Benefit Corporation):** Şirketlerin finansal değerlerine ek olarak sosyal ve çevresel etkileri ön planda tutan, sürdürülebilirlik odaklı bir şirket sertifikası.
- 27. Başabaş Noktası (Break Even):** Bir işletmenin gelirlerinin toplam maliyetlerine eşit olduğu nokta. Başabaş noktasında, işletme ne kar ne de zarar etmektedir. Yani, satış gelirleri, işletme maliyetlerini karşılamaktadır.
- 28. Benchmarking (Kıyaslama):** Bir işletmenin süreçlerini, ürünlerini veya hizmetlerini, sektördeki en iyi uygulamalarla karşılaştırarak performansını değerlendirme ve iyileştirme süreci.
- 29. Beş (5) Neden Analizi (5 Whys Analysis):** Bir sorunun temel nedenini anlamak ve çözmek için kullanılan bir kök neden analiz yöntemidir. Bu metodoloji, bir sorunun ardındaki temel nedenleri belirlemek ve bu nedenleri ortadan kaldırarak sürekli iyileştirmeye odaklanmak amacıyla geliştirilmiştir. Genellikle Kaizen ve Kalite Yönetimi gibi sürekli iyileştirme yaklaşımlarıyla birlikte kullanılır.
- 30. Beyin Fırtınası:** Birden fazla kişinin bir araya gelerek bir konuyla ilgili fikirlerini eleştirilmeksizin açıklayarak, birbirleriyle fikir alışverişinde buldukları, bireyin yaratıcı düşünme gücünü geliştiren bir öğretim tekniği.
- 31. Bilet Büyüklüğü (Ticket Size):** Yatırımcıların bir girişime yatırım yaparken verdiği tutarı açıklar. Her fonun ve yatırımcının kendine belirlediği bir ticket size vardır.
- 32. Bireysel Marka:** Girişimcinin kişisel marka değeri, benzersiz özellikleri ve değerleri.
- 33. Bootstrapping (Dış Kaynak Kullanmadan Finansman/Öz Sermaye İle Fonlama):** Dış finansman kullanmaksızın, kendi öz kaynakları ile iş kurma yöntemi.

- 34. Brand:** Girişimcinin mal ve hizmetlerini tanıtmaya rakiplerinden ayırt etmeye ve farklılaştırmaya hizmet eden isim, logo, simge, tasarım, resim ve bütün bunların bileşkesi olan somut ve soyut bir kavram.
- 35. Brüt Emtia Değeri (Gross Merchandise Volume, GMV):** Bir e-ticaret platformu veya pazar yerinde satılan ürünlerin toplam ticaret hacmini ifade eden bir ölçüm aracı.
- 36. Bulut Teknolojileri (Cloud Technologies):** Bilgisayar, telefon, tablet ve sunucu gibi tüm cihazlar arasında zaman ve mekân kısıtlaması olmadan veri paylaşımına olanak sağlayan, internet tabanlı bir veri depolama hizmeti.
- 37. Burn Rate (Yakma Oranı):** Bir şirketin sermayesini harcama oranı. Örneğin, bir şirketin ay başında kasada 10.000 doları varsa, o ay 2.000 dolar gelir elde edip, 5.000 dolar gideri oldu ise burn rate 3.000 dolar'dır. Ay sonunda kasada 7.000 dolar kalmıştır.
- 38. Business Model Canvas (İş Modeli Kanvası):** İş modelini görsel olarak anlamak ve geliştirmek için kullanılan ve 9 bölümden oluşan bir araç.
- 39. Büyük Veri (Big Data):** Büyük miktarda veri üzerinde analiz ve çıkarım yapma süreci. Büyük veri, daha fazla çeşitlilik içeren ve hacmi hızlıca artan verilerdir. Bu durum aynı zamanda üç V (volume, velocity, variety) yani hacim, hız ve çeşitliliği ifade eder.

# C

40. **C2C (Consumer to Consumer):** Tüketiciden tüketiciye iş modeli. Bu ticaret modelinde, bireyler doğrudan diğer bireylere ürün veya hizmet satışı gerçekleştirir. Örneğin, ikinci el ürün satış siteleri, vb.
41. **CAC (Customer acquisition cost-Müşteri Kazanım Maliyeti):** Bir şirketin yeni bir müşteri edinme sürecinde yapılan harcamalar/maliyetler.
42. **Cari Oran:** İşletmenin bir yıl veya daha kısa sürede nakde çevirebileceği varlıklarının (dönen varlıklar), vadesi bir yıldan kısa olan (kısa vadeli) borçlarına oranı.
43. **Cash Flow (Nakit Akışı):** İşletmelerin belirli bir dönemdeki nakit giriş ve çıkışlarını gösteren finansal bir araçtır.
44. **CEO: (Chief Executive Officer):** Bir şirketin en üst düzey yöneticisi.
45. **CFO (Chief Finance Officer):** Bir şirketin finansal stratejilerinin belirlenmesi, mali yönetim, bütçe planlaması, finansal raporlama ve genel olarak finansal sağlığın yönetilmesinden sorumlu olan en üst düzey yöneticisi.
46. **CGO (Chief Government Officer):** Bir şirketin devlet ilişkilerinden sorumlu en üst düzey yöneticisi.
47. **CGO (Chief Growth Officer):** Bir şirketin büyümeye odaklanan, pazarlama, satış, iş geliştirme ve stratejik planlama gibi alanlarda sorumlulukları olan üst düzey yöneticisi.
48. **CIF (Cost Insurance and Freight):** Dış ticarete mal bedeli, sigorta ve navlun masraflarının satıcı tarafından üstlenilmiş olduğu teslim şekli.
49. **Ciro:** Bir işletmenin gider ve maliyetleri düşürülmeden belirli bir süre içerisinde elde ettiği kazanç.
50. **COO (Chief Operations Officer):** Bir şirketin günlük operasyonlarını yöneten ve genellikle CEO'ya doğrudan rapor veren üst düzey yöneticisi.
51. **Cost (Gider):** Şirketin gelir elde etmek için yaptığı harcamaların tamamı.
52. **CRM (Customer Relationship Management-Müşteri İlişkileri Yönetimi):** Bir işletmenin müşterileri ile olan etkileşimlerini ve ilişkilerini daha etkili bir şekilde yönetmek amacıyla kullanılan bir strateji ve teknoloji bütünü.
53. **CSO (Chief Security Officer):** Bir şirketin güvenlik stratejilerini belirleyen ve uygulayan en üst düzey yöneticisi.
54. **CTO (Chief Technology Officer):** Bir şirketin teknoloji stratejilerinden sorumlu en üst düzey yöneticisi.



# Ç

- 55. Çapraz Satış (Cross Selling):** Bir müşteriye başka bir ürün veya hizmet önererek, satın alma işlemi genişletmeye çalışma stratejisi.
- 56. ÇED (Çevresel Etki Değerlendirmesi):** Gerçekleştirilmesi planlanan projelerin veya iş fikirlerinin çevreye olabilecek olumlu ve olumsuz etkilerinin belirlenmesinde, olumsuz yöndeki etkilerin önlenmesi ya da çevreye zarar vermeyecek ölçüde en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin, seçilen yer ile teknoloji alternatiflerinin belirlenerek değerlendirilmesinde ve kontrolünde sürdürülecek çalışmalar bütünü.
- 57. Çekirdek Sermaye (Seed Capital):** Bir girişimde henüz fikir aşamasında ihtiyaç duyulan sermaye. Çekirdek sermaye bir risk sermayesidir. Projenin yapılabilirliği, ürünün veya hizmetin piyasada yer bulup bulamaması gibi birçok soru işaretinin henüz yanıt bulmadığı bir dönemde şirkete yatırılacağı için yatırımcı açısından büyük risk taşımakla beraber büyük kazançlar elde edilmesi de mümkündür.
- 58. Çekirdek/Tohum Yatırım (Seed Investment):** Bir fikri hayata geçirmek için ihtiyaç duyulan ilk ve ufak çaplı yatırım.
- 59. Çekirdek Yetenekler (Core Competencies):** Bir işletmenin rakipleri karşısında üstünlük sağlayan temel beceri ve avantajları.
- 60. Çevrimiçi Pazar Yeri (Online Marketplace):** İşletmelerin ürün ve hizmetlerini çevrimiçi olarak satmalarına olanak tanıyan platformlar.
- 61. Çeyreklik Büyüme (Quarterly Growth):** İşletmenin bir çeyrek içindeki büyüme oranı.
- 62. Çıkış Stratejisi (Exit Strategy):** Girişimcinin yatırım sırasında elde ettiği hisseleri başka birine satarak şirketten çıkması. Yatırımın değer kazanması durumunda, yatırımcılar veya girişimciler genellikle belirli bir noktada çıkış yapmayı planlar.
- 63. Çıkış Çarpanı (Exit Multiple):** Yatırımcının yatırdığı paranın kaç katına çıkış yaptığı. Yatırımcının amacı bu çarpanın olabildiğince yüksek olması.
- 64. Çok Kanallı Pazarlama (Multichannel Marketing):** Birden fazla pazarlama kanalını kullanarak müşterilere ulaşma stratejisi.

# D

- 65. Danışma Kurulu (Advisory Board):** Şirkete stratejik konularda rehberlik eden dış paydaşlardan oluşan bir grup.
- 66. Datathon:** Veri bilimi ve analitiği konusundaki becerileri geliştirmek, yeni yaklaşımlar keşfetmek ve topluluk içinde etkileşimde bulunmak isteyen kişiler için faydalı ve eğlenceli etkinlikler. Ekipler, sağlanan veri kümelerine dayalı olarak gerçek bir iş sorununa çözüm bulmak için 48 saat boyunca çalışır. Sonrasında jüri değerlendirmesi ile en yaratıcı çözüm yöntemini bulanlara ödülleri verilir.
- 67. Decacorn:** Girişim sermayesi değerlendirme sınıfı. Şirket değerlemesini 10 milyar doların üzerine çıkaran şirketler “10 boynuz” anlamına gelen “decacorn” olarak tanımlanıyor.
- 68. Değer Önerisi (Value Proposition):** Bir ürünün veya hizmetin rakiplerden farklı olarak müşterilere sağladığı benzersiz değeri ve faydaları tanımlayan ifade.
- 69. Değer Yaratma (Value Creation):** Girişimcilerin müşteriye, topluma veya endüstriye değer katarak başarı elde etme süreci.
- 70. Değer Zinciri (Value Chain):** Bir işletmede ürün veya hizmetin üretiminden tüketiciye ulaşana kadar geçen tüm aşamaları içeren süreçler.
- 71. Değerleme (Valuation):** Bir şirketin finansal olarak değerinin belirlenmesi süreci
- 72. Devralma (Acquisition):** Bir şirketin başka bir şirketi satın alması. Bir işletmenin büyüme stratejisi kapsamında veya belirli bir pazarda daha etkin olması amacıyla bu satın alım gerçekleştirilir.
- 73. Devralma – İnsan Kaynağı Odaklı (Acqui-hiring):** Bir şirketin başka bir şirketi çalışanları ve yetenekleri için satın alma stratejisi. Genellikle yetenekli ve uzman bir ekibi, kazanmak için satın alım gerçekleştirilir.
- 74. Dış Girişimcilik:** Kişilerin veya grupların sıfırdan yeni iş fikirleri geliştirmesi, bu fikirleri uygulamaya koyması ve yeni bir işletme kurması süreci.
- 75. Dijital Pazarlama (Digital Marketing):** İnternet ve diğer dijital kanalları kullanarak ürün veya hizmetin tanıtımını yapma ve müşterilere ulaşma stratejisi.
- 76. Dilution (Seyrelme):** Mevcut hisse sahiplerinin sahip oldukları toplam şirket değeri içindeki oranlarının azalması. Dilüsyon, genellikle yeni hisse senetleri ihraç edilerek veya opsiyonlar kullanılarak ortaya çıkar.
- 77. Doğrudan Satış (Direct Selling):** Ürün veya hizmetin doğrudan bireylere satılması, genellikle kişisel satış temsilcileri aracılığıyla gerçekleşmesi.
- 78. Doğrudan Yatırım (Direct Investment):** Bir şirketin başka bir şirkete, genellikle bir yabancı ülkedeki bir işletmeye doğrudan sermaye yatırımı yapması.

- 79. Dokümantasyon ve Taahhütler:** Yatırımcıların yatırım sürecinde girişimciden şirketin geçmişi ile ilgili istediği doküman ve güvenceler.
- 80. Down Round (Aşağı Tur):** Bir şirketin değerlemesinin, önceki turda belirlenen değerlendirme seviyesinden düşük bir değere düştüğü durum.
- 81. Döngüsel Ekonomi (Circular Economy):** Kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve atıkların en aza indirilmesi amacıyla tasarlanan bir ekonomik model.
- 82. Dönüşüm Oranı (Conversion Rate):** Belirli bir hedefe ulaşan ziyaretçi sayısının, genel ziyaretçi sayısına oranı, genellikle dijital pazarlama, e-ticaret veya internet üzerindeki diğer etkileşimli platformlarda kullanılan bir ölçüdür.
- 83. Drag Along (Satışa Zorlama-Birlikte Sürüklenme):** Çoğunluk hissedarların hisselerini satışa gitme kararı aldığı anda, azınlık hissedarları ve diğer pay sahiplerini bu karara katılmaya zorlama.
- 84. Dragon Start-up (Ejderha Girişim):** Tek bir turda yatırımcılardan 1 milyar dolar toplayan girişim.
- 85. Draw Down (Para Çekmek):** Genellikle bir yatırım fonu veya finansal hesap gibi kaynaklardan, belirli bir miktarın çekilmesi veya çıkartılması.
- 86. Due Diligence (Durum Tespiti-Denetimi):** Bir yatırım kararının verilebilmesi için mali, hukuksal ve idari tüm gerekli bilgilerin yer aldığı, şirketin mevcut durumunu gösterip geleceği hakkında en doğru öngörülerin yapılmasına imkan veren detaylı ve sistematik bir araştırma ve analiz.
- 87. Duygusal Zeka (Emotional Intelligence):** Girişimcilerin duygularını tanıma, yönetme ve başkalarının duygularını anlama yetenekleri.

# E

- 88. E-Ticaret:** İnternet üzerinden mal veya hizmet satışı.
- 89. E-Ticaret Platformu:** Şirketlerin online mağaza oluşturabileceği, ürün ve hizmetlerini satabileceği dijital platformlar.
- 90. Elde Tutma Oranı (Retention Rate):** Bir işletmenin belirli bir dönemde kazandığı müşterilerini ne kadar süreyle elinde tutabildiğini ölçen bir metrik.
- 91. EBITDA Multiple (FAVÖK Çarpanı):** "Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar"ın kısaltması. Şirket değerinin, şirketin yarattığı EBITDA'nın kaç katı olduğudur. Örneğin 10.000 dolar EBITDA'sı olan bir şirket 100.000 dolar'dan değerlendirildiğinde EBITDA çarpanı 10'dur. Şirket değeri 10 x EBITDA'dır.
- 92. Ekosistem:** Birbiri ile ilişkili grupların, iş fikirlerini destekleyici ve kolaylaştırıcı unsurları bir araya getirdiği ortam.
- 93. Emsal Değer:** Gerçek değeri belli olmayan bir mal veya hizmetin değerini belirlemek üzere, benzer mal ve hizmetlerden faydalanılarak elde edilen değer.
- 94. Entellektüel Sermaye:** Bir firmaya gelecekte rekabet avantajı sağlayan, onu diğer firmalardan ayıran, temeli bilgiye dayalı olan patent, telif hakları gibi maddi unsurların yanı sıra, firmanın sahip olduğu insan gücü, müşterilerle olan ilişkileri, örgütsel yapısı, şirket kültürü gibi, işletme bilançolarında görülmeyen varlıkların bütününe verilen isim.
- 95. Erken Benimseyen (Early Adopter):** Piyasaya yeni sürülen bir ürün veya hizmeti daha çıkar çıkmaz satın alan müşteri.
- 96. Eş Finansman:** Bir projede, proje süresince ortaya çıkacak maliyetlerin hem proje sahibi hem de hibe fon sağlayıcısı kurum tarafından karşılanacağını belirten ifadedir.
- 97. Exit (Çıkış Yapma):** Girişimcinin kar elde etme amaçlı şirketini satması veya kendi mevcut payını elden çıkarması.

# F

- 98. Fail Fast (Hızlı Başarısızlık):** Bir iş fikrinin veya stratejinin başarısızlığını erkenden tanıma ve hızla düzeltme prensibi.
- 99. Faktoring:** Şirketlerin mal ve hizmet satışlarından doğan vadeli alacaklarını bu alanda yetkilendirilmiş finansman şirketlerine daha düşük bir meblağ ile devretmesi.
- 100. Fast Track (Hızlı İlerleme):** İşletmenin hızlı bir şekilde büyüme ve başarıya ulaşma süreci.
- 101. Faydalı Model:** Sanayide uygulanabilen buluşların sahiplerine ürünü üretme ve pazarlama hakkı tanıyan sınai mülkiyet hakkı.
- 102. Feedback (Geribildirim):** Müşteri veya paydaşlardan alınan görüşlerin değerlendirilmesi ve kullanılması.
- 103. Femtech (Female Technologies - Kadın Teknolojileri):** Teknolojiyi sıklıkla kadın sağlığına odaklanmak için kullanan bir yazılım, teşhis, ürün ve hizmet kategorisine uygulanan bir terim.
- 104. Fırsat:** Girişimcilerin değer yaratma potansiyeli gördükleri iş veya proje alanları.
- 105. Fikir:** Girişimciliğin temelini oluşturan yaratıcı düşünceler ve iş konseptleri.
- 106. Fikri Sınai Mülkiyet Hakkı:** Yaratıcı düşünceleri ve inovasyonu teşvik etmek amacıyla tanınan haklar. Bu haklar, sahiplerine belirli bir süre boyunca eserlerini veya icatlarını kontrol etme hakkı tanır ve genellikle yasal düzenlemeler ve patent ofisleri tarafından sağlanır. Kişinin veya şirketin rekabet avantajını korumak ve yatırımlarını değerlendirmek için önemlidir.
- 107. Finansal Projeksiyon:** Bir şirketin 5 yıl sonunda ortaya koyması öngörülen finansal durumun ve olası etkenlerin tahmin edildiği finansal tablo.
- 108. Finansman:** Bir girişimin başlatılması, genişletilmesi veya sürdürülmesi için sağlanan mali kaynaklar.
- 109. Fintech (Finance Technologies- Finansal Teknolojiler):** Finans hizmetlerini, teknoloji ile birleştirerek mobil ödeme, para transferi, gelir gider takibi, kredi ve kitlesel fonlama gibi alanlara hizmet üreten girişimler.
- 110. Fizibilite Raporu (Yapılabilirlik Etüdü):** Bir iş veya yatırıma başlama aşamasında ekonomik, teknik ve finansal araştırmaların yapılması, bu araştırmaların sonucunda yatırımın karlı olup olmadığını ortaya koyan rapor.
- 111. FOB (Free On Board):** İhracatçının sorumluluğunun mallarının geminin küpeştesine teslim edilmesi ile sona eren teslim şekli.

- 112. Fon:** Bir girişimi finanse etmek için ya da belirli bir işi yürütmek için, gerektiğçe harcanmak üzere toplanan para.
- 113. Fon Süresi:** Bir yatırım fonunun veya yatırım stratejisinin belirli bir dönem içinde etkin olacağı veya faaliyet göstereceğı süre. Bu süre içerisinde fonlar yatırımını yapar, yatırımlarından geri dönüşleri toplar, yatırımcılarına ödeme yapar ve sonunda da fon kapatılır. Süre bazı özel durumlarda kısa süreli olarak uzatılabilir.
- 114. Fon Toplama:** Genellikle bir organizasyonun, projenin veya yatırımın finanse edilmesi için kaynakların toplanma süreci. Bu kaynaklar genellikle para veya maddi katkılardan oluşur ve belirli bir hedefin gerçekleştirilmesi veya belirli bir projenin finansmanı için kullanılır.
- 115. Fon Yöneticisi:** Yatırım fonunu veya portföyü yöneten kişi. Bu kişi, fonun stratejilerini belirler, portföyü yönetir, varlık tahsisine karar verir ve genel olarak fonun performansını izler.
- 116. Freemium:** Bir işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini müşterilerine sınırlı olarak ücretsiz sunup, sonrasında ekstra özellikler için abonelik talep ettikleri bir üyelik modelidir. Genellikle internet tabanlı işletmelerde kullanılır.
- 117. 3F (Family, Friends Fools - Aile, Arkadaşlar ve Aptallar):** Yeni girişimcilerin yolun başındayken destek aldıkları kaynakları açıklayan eğlenceli bir terim.

# G

- 118. Gelir modeli (Revenue Model):** Bir şirketin para kazanma niyetini açıklayan bir bileşen. Gelir modeli, bir kuruluşun iş modelinin ve iş planının önemli bir unsurudur. Temel olarak, işletmenin ne sunacağı ve müşterileri nasıl ücretlendireceği hakkında ayrıntılar verir.
- 119. Girişimci:** Mal ve hizmet üretmek için bütün üretim öğelerini bir araya getiren, kar amacıyla risk üstlenen kişi.
- 120. Girişimcilik:** Girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirerek ekonomik bir değer elde edilmesi süreci. Ekonomik büyümeyi destekleyen, iş dünyasına yenilik katan ve istihdam yaratan önemli bir süreçtir.
- 121. Girişimcilik Ekosistemi:** Girişimcilikle ilgilenen ve birbirleriyle iletişim, işbirliği halinde olan tüm paydaşların kapsamı. Türkiye Girişimcilik Ekosistemi'ni, girişimler, programlar, yarışmalar, yatırım fonları, hizmet firmaları, kurumsal şirketler, kitlesel fonlama platformları, devlet hibe ve teşvik fonları, topluluk/dernekler, öğrenci kulüpleri, eğitmen/mentor/danışman/koçlar, içerik kaynakları ve çalışma alanları oluşturur.
- 122. Girişim Sermayesi (Private Equity):** Şirketlerin sermaye ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla özel yatırım fonları veya özel sermaye şirketleri tarafından sağlanan finansman türü. Genellikle halka açık olmayan şirketlere yapılır ve bu yatırımlar genellikle belirli bir süre sonunda çıkış stratejileriyle sonuçlanır. Burada, bir girişim sermayesi şirketi portföyündeki yatırımcılardan belirli miktarlarda yatırım alarak bu yatırımları bir fonda toplar. Bu fon, artık girişim sermayesi şirketi tarafından yönetilecektir. Burada temel hedef en doğru yatırımın yapılması ve yatırımcılara karlı bir şekilde geri dönüşün sağlanmasıdır.
- 123. Girişim Sermayesi Şirketi (Private Equity Firm):** Yatırım fonları oluşturarak, bu fonlar aracılığıyla şirketlere sermaye sağlayan ve genellikle şirketlerin yönetimine etki eden kuruluşlar.
- 124. Girişim Turu:** Bir girişimin belirli bir aşamada ihtiyaç duyduğu sermayeyi sağlamak amacıyla düzenlenen yatırım etkinliği. Bir girişimin finansal ihtiyaçlarını karşılamak, büyümeyi desteklemek veya yeni projeleri hayata geçirmek için yatırımcılardan sermaye toplama sürecini içerir.
- 125. Gizlilik Sözleşmesi (NDA-Non-Disclosure Agreement):** Gizli bir ilişki kuran yasal olarak bağlayıcı bir sözleşme. Sözleşmeyi imzalayan taraf veya taraflar, elde edebilecekleri hassas bilgilerin başkalarına verilmeyeceğini kabul eder.

- 126. Google Analytics:** İnternet sitelerinin geniş anlamda trafik ölçümü yapabilmesine ve bu trafikleri belli zamanlar ile karşılaştırmalarına yarayan ücretsiz bir Google servisidir.
- 127. Google Reklamları (Google Ads - AdWords):** Google'ın arama sonuçlarında, iş ortağı sitelerde veya Youtube'da reklamlarınızı göstermenizi sağlayan bir online pazarlama aracı.
- 128. Gordon Tekniği:** Beyin fırtınası tekniğine benzeyen bir problem çözme tekniği. Temel farkı Gordon tekniğinde problem çözme grubunda yer alan üyelerin (oturum lideri dışında) gerçek problemin ne olduğunu bilmemeleridir. Grup üyelerinin problemin niteliğinden haberdar edilmemelerinin nedeni, çok çabuk ve ani çözümlere varılmasının engellenmesi ve analitik düşünce tarzının yaratıcı düşünceyi bloke etmesinin önlenmesidir.



# H

- 129. Hackathon:** Bilgisayar programcılarını, grafik tasarımcılarını, ara yüz tasarımcılarını ve proje yöneticilerini de dahil olmak üzere katılanların yoğun bir şekilde yazılım projelerinin geliştirilmesi amacıyla diğer takımlar ile rekabet içerisinde bulunduğu bir etkinlik. Genellikle 48 saat sürer, gruplardaki üye sayısının 5'i geçmemesi istenir ve takım üyelerinin birbirlerinin teknik eksiklerini kapatabilecek şekilde kurulması tavsiye edilir.
- 130. Halka Arz:** Hisse senetlerini satışa çıkardığını ilan eden bir şirketin tüm yatırımcılara hissedar olma yolunu açması faaliyeti.
- 131. Hectocorn:** Girişim sermayesi değerlendirme sınıfı. Şirket değerlemesi 100 milyar dolar ve üzerinde olan şirketlere "hectocorn" statüsü veriliyor.
- 132. Hedef Kitle:** Bir ürün veya hizmetin hedeflendiği belirli müşteri segmenti.
- 133. Hedef Pazar (Target Market):** Bir ürünün veya hizmetin odaklandığı belirli pazar segmenti.
- 134. Hızlandırıcı (Accelerator):** Girişimlere finansman, eğitim ve mentörlük sağlayan, genellikle kısa süreli programlar.
- 135. Hibe Desteği:** Geri ödemesiz olarak verilen destek çeşidi.
- 136. Hikaye Anlatıcılığı (Storytelling):** Farklı kelime, görsel ve imgelerle kullanılan, akılda yer edici bir anlatım sanatı. Yapmış olduğunuz çalışmalarını, farklı şekilde ifade ederek onları hikayeleştirebilir ve konuyu sunacağınız kişinin aklında çok daha fazla yer etmesini sağlayabilirsiniz.

# I

**137. Ideathon:** Katılımcı sayısına bağlı olarak değişen sürelerde uygulanan beyin fırtınası ve fikir geliştirme etkinlikleri.

**138. Initial Public Offering (IPO):** Bir şirketin hisselerinin ilk defa halka sunulması. Yeni yatırımcılara ulaşılmasında etkili bir süreçtir.

**139. Invoice (Fatura):** Bir mal veya hizmetin satışını belgeleyen resmi belge.

**140. Investor (Yatırımcı):** Bir şirkete sermaye sağlayan veya yatırım yapan kişi veya kuruluş.

# i

- 141. İç Girişimcilik:** Bir şirket içinde çalışan bireylerin, yenilikçi fikirleri ve projeleri geliştirme ve uygulama sürecidir. Organizasyon içindeki çalışanların girişimci ruh ve yaklaşımla hareket etmelerini ifade eder. İç girişimcilik, bir şirketin sürdürülebilirliğini artırmak, rekabet avantajı sağlamak, yeni pazarlara girmek veya mevcut iş süreçlerini iyileştirmek amacıyla çalışanların inisiyatif almasını içerir.
- 142. İmza Sirküsü:** Tüzel kişiler tarafından notere yapılan başvuru üzerine ilgili kuruluş adına görev yapan kişilerin yetki ve sorumluluk alanlarını belirleyen belge. Gerçek kişilerde ise bu belge yerine imza beyannamesi belgesi düzenlenir.
- 143. İnovasyon:** Yeni ve özgün fikirlerin, ürünlerin, hizmetlerin veya süreçlerin yaratılması, geliştirilmesi ve uygulanması süreci. Mevcut durumu iyileştirme, yeni çözümler bulma veya tamamen yeni bir yaklaşım benimseme amacını taşır. İnovasyon, genellikle rekabet avantajı sağlamak, müşteri ihtiyaçlarına daha iyi cevap vermek ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemek için kullanılır.
- 144. İş Ağı:** İş dünyasındaki profesyoneller arasında bağlantılar kurma ve ilişki geliştirme.
- 145. İŞGEM:** Kurulma kriterleri ve nitelikleri KOSGEB tarafından belirlenen İş Geliştirme Merkezleri.
- 146. İşletme Koçluğu:** İşletmelerin daha etkili ve başarılı olmalarına yardımcı olmak, liderlik becerilerini geliştirmek, stratejik planlama yapmak, sorunları çözmek ve genel olarak iş performansını artırmak için işletmeye veya girişimciye yönelik olarak sunulan profesyonel bir destek hizmetidir.
- 147. İş Planı:** Bir işletmenin amacını, hedeflerini ve nasıl başarılı olmayı planladığını ayrıntılı bir şekilde açıklayan bir yazılı belge. Yol haritası.

# J

- 148. Jargon (Meslek Argosu):** Belirli bir sektör veya meslekte özel terimlerin kullanılması, ortak dil kullanımı.
- 149. J-Eğrisi Etkisi (J-Curve Effect):** Yatırımın kısa vadeli zarar verici olabileceği ancak uzun vadede kazançlı olabileceği bir finans kavramı.
- 150. JIT (Just-in-Time):** Üretimde kullanılan bir yöntem olan "tam zamanında" anlamına gelir. Bu yöntem, malzemelerin ve kaynakların ihtiyaç duyulduğu anda tedarik edilmesini amaçlar.
- 151. Joint Venture (Ortak Girişim):** İki veya daha fazla işletmenin belirli bir proje veya iş için bir araya gelerek gerçekleştirdikleri ortak çalışma.

# K

- 152. Kahverengi Alan (Boz Alan - Brownfield Investment):** Daha önce endüstriyel veya ticari faaliyetler için kullanılmış, ancak şu anda kullanılmayan veya atıl durumda olan bir alan veya mülk üzerinde yapılan yatırımlar. Bu tür alanlar, önceki endüstriyel faaliyetler nedeniyle kirlenmiş olabilir veya altyapıya ihtiyaç duyabilir.
- 153. Kalkınma Ajansı:** Kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak, yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle bölgesel gelişmeyi hızlandırmak ve bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda faaliyet gösteren Tüzel kişiliğe haiz kamu kuruluşu.
- 154. Kanal Stratejisi (Channel Strategy):** Ürün veya hizmetin müşterilere ulaştırılma yöntemlerini belirleme stratejisi.
- 155. Kapalı İnovasyon:** Bir organizasyonun yenilikçi çözümler oluştururken kendi iç kaynaklarına odaklanması ve dış kaynakları kullanma yerine iç süreçleri ve bilgi kaynakları arasında sıkı bir kontrol kurması. Bu inovasyon modeli, organizasyonun sadece kendi çalışanları, departmanları ve mevcut bilgi tabanı üzerinde odaklanmasını içerir.
- 156. Kavramsal Doğrulama (Proof of Concept):** Bir ürün ya da hizmetin yararlanıcılarının bulunduğunu ve potansiyel bir pazara sahip olduğunu gösterebilmek.
- 157. Kazan-Kazan (Win-Win):** İki tarafın da fayda sağladığı bir durumu ifade eder. Girişimciler, iş ortaklıkları kurarken genellikle kazan-kazan durumunu hedeflerler.
- 158. Kilometre Taşı (Milestones):** Bazı değişikliklerin meydana gelmesine neden olan veya bir kişinin veya projenin gelişiminde belirli bir noktayı işaretleyen dikkate değer bir olay.
- 159. Kitlese Fonlama (Crowdfunding):** Bir projenin veya girişim şirketinin ihtiyaç duyduğu fonu sağlamak amacıyla yetkilendirilmiş platformlar aracılığıyla halktan küçük miktarlarda finansman toplama yöntemi.
- 160. Know-How (İlgili Alandaki Bilgi Birikimi):** Bir firmanın veya kişinin, bir ürün veya yöntem üzerinde sahip olduğu, gizli olarak addedilen, bir işin nasıl en iyi/kolay şekilde nasıl yapılacağını söyleyen bilgi veya ticari sır.
- 161. Kuluçka Merkezi (Incubation Center):** İşe yeni başlayan girişimcilerin, işlerini geliştirmek için “danışman”, “mekan” ve bazen de “nakit” desteği ile kuluçka altına alındığı merkez.

- 162. Kurucu Ortak (Co-Founder):** Girişimi/şirketi/organizasyonu kuran kişi sayısı 1'den fazlaysa ortaklar kurucu-ortak olarak adlandırılır. Kuruluş sonrası ekibe katılan insanlar da kurucu ortak/co-founder olabilirler.
- 163. KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler- SME/Small&Medium Enterprises):** 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 500 milyon Türk Lirasını aşmayan ve yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler veya girişimler.
- 164. Konkordato:** Bir borçlunun ticari durumunun sarsılmış olmasıyla alacaklıların, alacaklarını belli bir plana göre almaları konusunda kendi aralarında vardıkları ve mahkemece onaylanan anlaşma.
- 165. KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı):** Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) gelişimini desteklemek ve güçlendirmek amacıyla kurulan bir kamu kurumu.
- 166. Kredibilite:** Kişilerin ve kurumların finansal değerleri temel alınarak çeşitli analizler doğrultusunda değerlendirilip kredi kuruluşlarına sunulmak üzere hazırlanmış finansal değer notu.
- 167. Kuluçka Merkezi:** Girişimlerin en zor ve en kırılgan dönemi olan başlangıç aşamasında girişimin hayatta kalabilmesine, gelişebilmesine ve büyümesine yardımcı olmak için rehberlik ve destek sağlayan birimler.
- 168. Kurumsallaşma:** Bir kurumun, bir kuruluşun veya bir işletmenin kişilere bağımlı olmadan faaliyetlerini sürdürebilmesi ve geliştirebilmesini sağlayan bir yapıya kavuşturulabilmesi işlemi.
- 169. Kümelenme:** Aynı ya da benzer iş kolunda faaliyet gösteren, coğrafi olarak birbirine yakın, birbirleriyle işbirliği ve rekabet halinde olan üretici firmalar ve onları destekleyici firma ve kurumların bir araya geldiği çalışma modeli.

# L

- 170. Lifelong Customer Value (Ömür Boyu Müşteri Değeri):** Bir müşterinin, müşteri olmaya başladığı andan itibaren bir işletmeye toplamda getirdiği değer.
- 171. Likidite Oranı;** Şirketlerin veya kişilerin mevcut gayrimenkul, menkul kıymet ya da döviz gibi varlıklarının nakde dönebilme yeteneği. Parasal değeri olan herhangi bir varlığın değeri çok düşmeden nakde çevirebilmesi o varlığın likit olduğu anlamına gelir.
- 172. Lisans:** Bir işletmenin başka bir işletmeye, belirli hakları veya marka kullanımını resmi olarak izin vermesi.
- 173. Lobcilik:** Hükümetler veya uluslararası örgütler tarafından verilen kararları etkileme çalışması.
- 174. Local SEO (Yerel Arama Motoru Optimizasyonu):** Bir işletmenin çevrimiçi varlığını yerel aramalarda artırmak için kullanılan stratejiler ve taktikler.
- 175. Long Tail (Uzun Kuyruk):** Pazarlama ve satış stratejilerinde, popüler ürünlerden ziyade daha az talep gören niş ürünlere odaklanma ve daha yüksek kar elde etme yaklaşımı.
- 176. Low-Hanging Fruit (Alttaki Meyve):** Kolayca ulaşılabilir ve elde edilebilir fırsatlar veya başarılar.

# M

- 177. Makerspace/MakerLab/FabLab:** Bir topluluk veya kurum tarafından oluşturulan, yaratıcı ve inovatif projeler geliştirmek isteyen kişilere açık, içinde gerekli teknolojik ekipmanları bulunduran bir atölye veya laboratuvar alanı.
- 178. Marka:** Bir işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini diğerlerinden ayırt etmek, tanıtmak ve tüketici zihninde pozitif bir imaj oluşturmak amacıyla kullanılan sembol, isim, logo, slogan veya diğer tanımlayıcı öğelerin toplamı.
- 179. Marka Değeri (Brand Equity):** Bir markanın adının ve itibarının sahip olduğu değer.
- 180. Marka Tescili:** Bir işletmenin veya bireyin belirli bir markayı kullanma haklarını korumak amacıyla, ilgili ülkenin veya bölgenin marka ofisi tarafından resmi olarak kaydedilmesi süreci. Marka sahibine belirli bir coğrafi alanda marka haklarını sağlar ve markanın benzersizliğini, tanımlayıcılığını ve ayırt ediciliğini korur. Hukuki bir koruma sağlayarak başka bir işletmenin benzer bir markayı kullanmasını önler.
- 181. Mavi Okyanus Stratejisi (Blue Ocean Strategy):** Rekabet avantajını artırmak için sınırlı rekabetin olduğu bir pazarda yenilikçi strateji. Rekabetin olduğu kırmızı okyanustan ayrılıp mavi okyanusa geçebilmenin yollarını anlatan bir strateji. Okyanus kelimesi burada pazarı ifade ediyor ve firmalar arası rekabet arttıkça mavi okyanus kırmızı okyanusa dönüşüyor.
- 182. Melek Yatırımcı (Angel Investor):** Başlangıç aşamasındaki girişimlere sermaye sağlayan birey veya grup. Bu kişiler, sadece finansal destek sağlamakla kalmaz, aynı zamanda girişimcilere deneyimleri, bilgileri ve iş dünyası içindeki bağlantıları konusunda da rehberlik eder.
- 183. Mentörlük:** Daha deneyimli ve bilgili bir bireyin, genellikle daha az deneyime sahip veya belirli bir konuda rehberliğe ihtiyaç duyan bir başka bireye destek sağladığı bir ilişki türü.
- 184. Mikro Risk Sermayesi - VC:** Tipik olarak geleneksel risk sermayesinden daha az miktarda finansmana sahip erken aşamadaki gelişmekte olan şirketlere yatırılan parad.
- 185. Misyon:** Bir şirketin, kurumun ya da kuruluşun neden var olduğunu, varoluş nedenini, hangi görevleri gerçekleştirmek üzere kurulduğunu ifade etmek için kullanılır.



**186. Model Fabrika:** İşletmelerde küresel rekabet için gerekli olan verimlilik artışı ve dijitalleşme kapsamında; yalın üretim, süreç iyileştirme, ürün geliştirme, problem çözme gibi konularda işletmelerin uygulama yönlü becerilerini deneyimsel ortamlarda yaparak öğrenme yoluyla geliştirmek ve bu yeni becerileri hızla hayata geçirerek firmaları dönüştürmek için özel olarak tasarlanan eğitim uygulamaları ve bu uygulamaların sunulacağı fiziksel ortamlar.

**187. Mükellef:** Vergi kanunlarına göre vergi ödemekle yükümlü gerçek veya tüzel kişi.

**188. Müşteri Deneyimi (CX - Customer Experience):** Pazarlama, satış, servis ve akla gelebilecek her noktada, bir şirket müşteri yolculuğunun her aşamasında müşterileriyle nasıl etkileşim kurduğunu ifade eder. Müşterinin marka ile arasındaki tüm etkileşimlerin toplamıdır.

**189. MVP (Minimum Viable Product):** Üretilen bir ürün veya hizmetin uygulanabilir minimum özelliklere sahip bir versiyonu. MVP fikrinizin tam yansıması olmayabilir, ancak ürününüzün nihai değerini belirleyecek olan kullanıcılara, ne yapmaya çalıştığınızı hakkında bir fikir sağlayıp, geri bildirimleri ile sonraki adımlarınızı şekillendirmenizi sağlayacak nitelikte en önemli yalın girişimcilik tekniklerinden biridir.

# N

- 190. NACE Kodu:** Avrupa Ekonomik Topluluğu'nda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiksel Sınıflandırılması. Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde, ekonomik faaliyetleri belirli bir düzen içinde sınıflandırmak için kullanılan bir sistem.
- 191. Nakit Akım Tablosu:** İşletmenin belirli bir dönemdeki nakit akışlarını; nakit kaynak ve kullanım yerlerini gösteren tablo.
- 192. Negatif Nakit Akışı:** Bir işletmenin belirli bir dönemde harcamalarının gelirlerinden fazla olması durumu.
- 193. Net Bugünkü Değer:** Yatırımın ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı getirinin bugünkü değerinden yatırım giderlerinin bugünkü değerinin düşülmesi ile elde edilen fark.
- 194. Net Satış Hasılatı** Bir işletmenin brüt satışlarından satış iskontoları ve iadeleri ile diğer indirimlerin düşülmesi sonucu bulunan tutar.
- 195. Networking (Ağ Oluşturma):** İş dünyasında ilişkiler kurma, bağlantılar oluşturma ve profesyonel ağını genişletme süreci.
- 196. Niş Pazar:** Belirli bir ürün veya hizmetin özel bir segmentine odaklanan pazar.
- 197. Nominal Ortaklık:** İş ortakları arasında sadece isimde var olan, ancak aslında etkin bir işbirliği içermeyen ortaklık.

# O

- 198. Optimizasyon:** Bir sistemden belirli kısıtlar dahilinde azami çıktı alabilmek için yapılan çalışmalar bütünü. Birincil amaç net kar ya da geliri maksimize etmek ya da işlem süresini minimize etmek gibi, sistemden sisteme farklılık gösterebilir.
- 199. Ortak Çalışma Alanı (Co-Working Space):** Esnek zaman dilimleri içerisinde çeşitli imkanlarla birlikte çalışma alanlarının üyelik ile kiralanabildiği yerler. Kullanıcıları girişimciler, kurumlar, sanatçılar, öğrenciler, araştırmacılar gibi farklı alanlardan gelen kişiler olabilir.
- 200. Ortak Yatırım Fonu (Co-Investment Fund):** Birden fazla yatırımcının ortaklaşa olarak yatırım yapmak amacıyla oluşturdukları yatırım fonu.
- 201. Organizasyonel İnovasyon:** Bir kuruluşun yapısını, iş süreçlerini, yönetim tarzını veya kültürünü yenilikçi bir şekilde değiştirme ve geliştirme sürecidir. Bu tür inovasyonlar genellikle organizasyonun daha etkili, verimli ve rekabet avantajı elde edebilmesi için uygulanır.
- 202. Organize Sanayi Bölgesi (OSB):** Sanayinin uygun görülen alanlarda yapılanmasını sağlamak, çarpık sanayileşme ve çevre sorunlarını önlemek, kentleşmeyi yönlendirmek, kaynakları rasyonel kullanmak, bilgi ve bilişim teknolojilerinden yararlanmak, sanayi türlerinin belirli bir plan dâhilinde yerleştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla kurulan üretim bölgeleri.
- 203. Ortak Girişim (Joint Startup):** 2 ya da daha fazla tüzel kişinin bir araya gelerek, bir yatırım projesi için birlikte hareket etmek için oluşturdukları ortak işletme yapısına verilen isim.
- 204. Oryantasyon (İşe Alım Eğitimi):** Yeni çalışanların işletmeye alışma süreci, eğitimi ve entegrasyonu.
- 205. Otomasyon (Automation):** İş süreçlerinin otomatikleştirilmesi, verimliliği artırma
- 206. Oyunlaştırma (Gamification):** Oyunsal düşünmenin ve oyunu oyun yapan tüm faktörlerin eğitim, satış vb. alanlarda kullanılması.

# Ö

**207. Ölüm Vadisi (Valley of Death):** Girişimlerin çok büyük çoğunluğunun eriyip gittiği aşama. Girişim fikir aşamasından sonra kırılma noktasını geçene kadar bu vadi içinde sayılır. Finansal açıdan tohum yatırım (melek yatırımcılar, aile ve tanıdıklar) ile direnç arttırılabilir.

**208. Ön Kuluçka Merkezi (Pre-Incubation Center):** Henüz şirketleşmemiş iş fikirlerinin geliştirilmesi ve olgunlaştırılması ile iş fikri sahibinin mali, teknik ve ekonomik konulardaki bilgi düzeyinin artırılması amacıyla girişimcilere çeşitli konularda eğitim, mentörlük ve danışmanlık desteğinin sağlandığı fiziki ortamlar. Fikir aşamasında olan girişimlere şirketleşme öncesi, iş fikirlerini test etmeleri için çalışma alanı, iş geliştirme, network (iş ağı) destekleri verir ve girişimcileri, ihtiyacı olan yatırımı almaya hazırlar.

**209. Öz Sermaye:** Bir işletmenin sahibi veya ortakları tarafından sağlanan kendi finansman.

# P

- 210. Patent:** Yeni bir buluşun, icadın veya sürecin yasal olarak korunması ve sahibine belirli bir süre boyunca bu buluşu ticari olarak kullanma ve başkalarına kullanma izni verme hakkı sağlayan hukuki bir belge. Bir buluşu olan kişiye patent verilmiş ise, bu buluşun sahibinin izni dışında başka kimselerce bu buluş hakkında üretim yapılması, buluşun kullanılması ya da buluşa konu olan ürünün satışının gerçekleştirilmesi patent süresi boyunca yasaktır.
- 211. Paydaş:** Projenin çıktılarından olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkilenen bireyler ya da gruplar.
- 212. Pazar Araştırması:** Hedef kitlenin ihtiyaçlarını ve pazar trendlerini anlamak için yapılan analizler.
- 213. Pazara Giriş Stratejisi:** Bir işletmenin yeni bir pazar veya sektöre nasıl gireceğini planlamasını içeren bir stratejik plan.
- 214. Pazara İlk Giren Avantajı (First Mover Advantage):** Bir şirketin, yeni bir ürünü veya hizmeti pazara ilk sunan olmasıyla elde ettiği bir ticarî avantaj. Bu ticarî avantaj, genellikle o ürün veya hizmetteki sektör liderliği biçiminde ortaya çıkabilir.
- 215. Pazar Payı:** Belirli bir şirketin faaliyet gösterdiği sektördeki satışlarının yüzdesi. Pazar payı, bir şirkete gelirinin genel endüstri ve rakiplerine kıyasla bir fikir verir.
- 216. Pazar Segmenti:** Bir veya daha fazla ortak özelliği paylaşan ve pazarlama amacıyla bir araya getirilen bir grup insan.
- 217. Pazarlama İnovasyonu:** Pazarlama stratejileri, süreçleri ve araçları üzerinde gerçekleştirilen yaratıcı ve özgün değişiklikleri ifade eder. Bir şirketin ürün ve hizmetlerini pazarlamak, müşterilere ulaşmak ve marka değerini artırmak için benzersiz ve etkili yöntemler geliştirmesini içerir.
- 218. Performans Göstergesi (KPI - Key Performance Indicator):** İşletmenin belirlediği hedeflere ulaşma derecesini ölçen ölçülebilir bir metrik veya gösterge.
- 219. Persona:** Bir işletmenin hedef kitlesini temsil eden, demografik, davranışsal ve psikografik özelliklere dayalı hayali bir karakter veya profili. Belirli bir müşteri segmentini daha iyi anlamak ve onlara daha etkili bir şekilde pazarlama yapabilmek için persona oluşturulur. Bu, ürün ve hizmetleri belirli bir hedef kitleye uyarlamak ve onlarla daha kişisel bir bağ kurmak amacıyla kullanılır.
- 220. PCM (Project Cycle Management - Proje Döngü Yönetimi):** Projenin tüm aşamalarının birbiriyle etkileşimli biçimde işletildiği sistematik bir yönetim yaklaşımı.

- 221. Prototip:** Temel işlevleri yerine getiremese de nasıl yerine getirebileceğini anlatmak için hazırlanan genellikle görsellerden oluşan öncül prototip. Bu versiyonda örneğin mobil uygulamada bazı butonların çalışmaması, kodların hatalar içermesi gibi durumlar normaldir.
- 222. Prototip:** Bir ürün veya sistem tasarımının erken aşamalarında oluşturulan, test edilen ve değerlendirilen örnek bir modelidir. Prototipler, tasarım sürecinin bir parçası olarak kullanılır ve genellikle ürünün veya sistemin gerçek uygulama aşamasına geçilmeden önce, tasarımın doğruluğunu kontrol etmek, kullanıcı geri bildirimleri almak ve olası sorunları tespit etmek amacıyla oluşturulur.
- 223. Pivot:** İş modelini veya stratejiyi değiştirme, geliştirme süreci. Pivot etmek; ürün gamını değiştirmek, hedef kitleyi tekrar belirlemek veya iş planında ciddi değişikliklere gitmek şeklinde olabilir. Özetle pivot etmek, işler yolunda gitmediğinde kepenkleri kapatmak yerine, her şeyi yoluna sokma çabasıdır.
- 224. Portfolyo:** Herhangi bir konudaki çalışmaların veya belgelerin bir araya getirildiği dosya.

# R

- 225. Risk:** Belirli bir olayın olma veya olmama olasılığının ve bu olayın olması durumunda ortaya çıkabilecek etkilerin belirsizliği.
- 226. Risk Analizi:** Bir projenin, iş sürecinin veya organizasyonun karşılaşılabileceği potansiyel riskleri tanımlama, değerlendirme ve anlama süreci.
- 227. Risk Sermayesi (VC-Venture Capital):** Risk sermayesi şirketleri veya fonları tarafından genellikle yüksek büyüme potansiyeline sahip start-up veya girişimlere finansman sağlamak için kullandığı sermaye.

# S

- 228. Satış Ortaklığı (Affiliate Marketing):** Bir kuruluşun başka bir kişinin veya şirketin ürün veya hizmetini tanıtarak satışlardan komisyon kazanma stratejisi.
- 229. Satış Sunumu (Pitch Deck):** Girişim fikrinin her yönü ile kısa, anlamlı ve açık bir şekilde uzmanlara veya yatırımcılara kısa sürede anlatan, maksimum 5 dakikalık ve 10 slaytlık bir sunudur.
- 230. Serbest Piyasa (Free Enterprise System):** Devletten müdahaleye uğramayan ya da en minimum düzeyde müdahaleye uğrayan sistem. Satıcı istediği fiyattan satar, alıcı ise istediği satıcıdan alışveriş yapar.
- 231. Seri Girişimci:** Bir girişimi belirli bir noktaya getirdikten sonra yeni girişim(ler)e başlayan ve bunu süreklilik haline getiren girişimci.
- 232. Sermaye:** Finansal açıdan, girişimcilerin ve işletmelerin kendi ürünlerini üretmeleri için ihtiyaç duydukları kaynakları satın almak için kullandıkları para ya da para cinsinden ölçülen herhangi bir ekonomik kaynak.
- 233. SEO (Search Engine Optimization- Arama Motoru Optimizasyonu):** Bir web sayfasının arama motorlarının, arama sonucu listelerinde daha üst sıralarda çıkmasını sağlamak amacıyla yapılan işlemler.
- 234. SMO (Social Media Optimization Sosyal Medya Optimizasyonu):** Kurumların ve bireylerin sosyal ağ profillerini profesyonelleştirerek belirli içerik yerleşim ve paylaşımıyla hedeflenen sitelere trafik yönlendirmeyi amaçlayan stratejik çalışma.
- 235. Sosyal Girişimcilik:** Bir toplumun veya belirli bir sosyal sorunun çözümüne odaklanan, sürdürülebilir ve etkili çözümler sunmayı amaçlayan bir girişimcilik türü.
- 236. Start-up:** Yeni kurulan ve hızlı büyüme potansiyeli olan şirket.
- 237. Start-up Weekend:** Girişimcilikle ilgili bir etkinlik serisidir ve katılımcılara kısa süreli bir süreç içinde bir iş fikrini geliştirme, prototip oluşturma ve hatta bazen iş kurma fırsatı sunar. Bu etkinlik, genellikle hafta sonları düzenlenir ve bir Cuma akşamı başlar, Pazar akşamı ise final sunumları ve değerlendirmelerle son bulur.
- 238. Stratejik Ürün:** Cari açığın azaltılması amacıyla yerli üretiminin çeşitli destek mekanizmalarıyla özendirildiği ithalat oranı yüksek ara malları.
- 239. Stratejik Planlama (Strategic Planning):** Belirli hedeflere ulaşmak için girişimlerin gelecekteki faaliyetlerini belirleme süreci.
- 240. Siyah Kuğu:** Finans ve ekonomi dünyasını derinden etkileme potansiyeline sahip, öngörülmesi güç nadir olaylar.
- 241. Sürdürülebilirlik:** Bir girişimin uzun vadeli başarı ve büyümeyi sürdürme yeteneği.



**242. SWOT Analizi:** Bir projede ya da bir girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun, veya kişinin g¼çlü ve zayıf yönlerini belirlemek, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri saptamak için kullanılan stratejik bir teknik.

# Ş

**243. Şirket Birleşmesi (Firm Merger):** Şirketlerin rekabeti azaltmak, verimliliği arttırmak, hammadde tedarikinin düzenliliğini sağlamak vb. sebeplerle devir veya birleşerek yeni bir şirket oluşturma yolu ile bir araya gelmeleri.

**244. Şirket Değerlemesi (Firm Evaluation):** Bir şirketin el değıştirme gibi bir durumu söz konusu olduğunda, değer olarak biçilen maddi tutarın yanı sıra varlık ve faaliyetlerinin tespit edilmesi amacıyla yapılan işlem.

# T

- 245. Tasarım Odaklı Düşünme (Design Thinking):** Tasarımcıların yaklaşımlarını stratejik, taktiksel ve operasyonel seviyedeki inovasyon ihtiyacına çözümler bulmak amacıyla odağında insanın alınarak kullanılması.
- 246. Tedarik Zinciri (Supply Chain):** Bir ürünün veya hizmetin tasarımından başlayarak, tedarik, üretim, dağıtım ve son kullanıcıya ulaşma sürecini içeren zincirleme işlemler.
- 247. Teknopark (Teknoloji Geliştirme Bölgesi):** Üniversitelere bağlı veya üniversite-özel sektör ortaklığında kurulan, esas amacı yüksek katma değerli yazılım ve yüksek teknoloji düzeyine sahip ürünlerin geliştirilmesi olan, Ar-Ge'ye dayalı ileri teknoloji ürün ve hizmetlerin üretilmesine uygun altyapı, üst yapı ve hizmetleri sunan teknoloji bölgeleri.
- 248. Telif Hakkı (Copyright):** Bir ürünün kullanılması ve yayılması ile ilgili hakların, yasalarla belirli kişilere verilmesi.
- 249. Teminat:** Finans sağlayan kurumların yatırımcılardan başvuruları sırasında talep ettikleri ve paraya dönüştürülebilirliğiyle sağlayacakları finansman riskini belli bir ölçüde güvence altına aldıkları banka teminat mektubu, Kredi Garanti Fonu Anonim Şirketi (KGF) kefalet mektubu, gayrimenkul ve menkul değerler gibi araçlar.
- 250. Ticari Marka (Trademark):** Belirli bir ürünü ifade eden ve onu türünün diğer tüm ürünlerinden yasal olarak ayıran tanınabilir bir işaret, kelime öbeği, kelime veya sembol.
- 251. Tohum Aşaması (Seed Stage):** Girişimcilik aşamalarından biri. Bu aşamada, girişim henüz ürününü tam olarak geliştirmemiş veya pazara sürmemiş, iş modelini oturtmaya çalışan bir aşamadır.
- 252. TTO (Teknoloji Transfer Ofisi):** Akademik araştırma sonuçlarının etkili ve hızlı bir biçimde ticarileştirilmesine ilişkin faaliyetlerin yürütüldüğü yapılar.
- 253. Turcorn:** Türk unicorn şirketlere (1 milyar dolar değerlemeye ulaşan) verilen isim.
- 254. Tüketici Davranışı (Consumer Behavior):** Tüketicilerin ürünleri ve hizmetleri nasıl değerlendirdiği, satın alma kararlarını nasıl verdiği ve bu süreçte nasıl hareket ettiği üzerine yapılan araştırmalar.
- 255. Tüzel kişi:** Belli bir amacı gerçekleştirmek üzere kurulmuş ve bağımsız bir hukuki kişiliğe sahip; hak, varlık ve borçlara sahip olabilme kudreti olan kişi veya mal topluluğu. Örnek: Limited şirket

# U

- 256. Unicorn:** Girişim sermayesi değerleme sınıfı. 1 milyar dolarlık değerlemeye ulaşan girişime verilen isim. Tek boynuzlu mitolojik at Unicorn, hem firmaların ortada olmayan kazanç hedefine hem de bir milyar dolarlık yatırım miktarına bir gönderme.
- 257. US-97:** İşletmelerin üreteceği mal ve hizmeti tanımlayan "ulusal faaliyet ve ürün sınıflaması" ifadesinin kısaltması.
- 258. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Programı:** KOSGEB'in kendi işini kurmak isteyen girişimcilere sunduğu desteklerden faydalanmak isteyenlerin öncesinde katılmak zorunda oldukları eğitim programı.

# Ü

- 259. Üretim Akış Şeması:** Mal ve hizmet üretim aşamalarını gösteren şema.
- 260. Üretim Maliyeti (Production Cost):** Bir ürünün veya hizmetin üretilmesi için gerekli olan maliyetler.
- 261. Ürün Yaşam Eğrisi (Product Life Cycle):** Bir ürünün üretim aşamasından başlayan ve sonrasında pazara girişinden itibaren ürünün gördüğü talebin azalmasıyla beraber ürünün yok oluşuna kadar geçen süre. Ürün yaşam döngüsü 6 farklı aşamada gerçekleşmektedir. 1. Ürün geliştirme 2. Ürünün piyasaya tanıtılışı 3. Pazar payı alma ve büyüme 4. Zirve dönemi 5. Pazardaki doygunluk dönemi 6. Düşüşe geçme
- 262. Ürün-Pazar Uyumu (Product-Market Fit):** Bir ürünün, hedeflenen pazarın talepleri ve ihtiyaçları ile uyumlu hale gelmesi. Ürün/Pazar uyumunu yakalayabilmek için yeteri kadar büyük bir müşteri kitlesinin, gerçekten acısını çektiği problemine etkin bir çözüm getirmemiz gerekiyor. Bu üç şarttan birinin eksik olması durumunda ürün/pazar uyumu kaybedilir.
- 263. Ür-Ge (Ürün Geliştirme- Product Development):** Yeni bir ürünün tasarlanması, geliştirilmesi ve pazara sürülmesi süreci.
- 264. Ürün İnovasyonu:** Bir şirketin veya girişimcinin mevcut ürünlerini veya hizmetlerini geliştirmek, yenilemek veya tamamen yeni ürünler ve hizmetler yaratmak amacıyla gerçekleştirdiği yenilikçi süreç.

# V

- 265. Validasyon:** Kullanılan yöntemin doğru ve kesin olarak sürekli bir şekilde bekleneni gerçekleştirdiğinin kanıtlanması için yapılması gereken işlemler. Valide edilmiş yöntemle çalışıldığında yapılan işlemin kesin, doğru, spesifik, tutarlı, geçerli ve güvenilir olduğu garanti edilmiş olur.
- 266. Varlık Dağılımı (Asset Allocation):** Bir yatırımcının portföyündeki varlıkların farklı sınıflar arasındaki dağılımı ve ağırlığını belirten ifade. Örneğin hisse senetleri, tahviller, gayrimenkul, nakit ve diğer varlık türleri gibi varlık sınıfları arasındaki oranları belirleyerek risk ve getiri hedeflerine ulaşmaya çalışır.
- 267. Vergi Levhası:** Vergiye esas olan kazanç tutarları ile bunlara isabet eden vergi miktarlarını gösteren şekil ve içeriği T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen belge.
- 268. Vizyon:** Bir şirketin, kurumun, topluluğun veya kişinin gelecekteki hedefleri hakkında bilgi verir. “Amacımız nedir, nerelere gelmek istiyoruz?” gibi soruları yanıtlar.

# Y

**269. Yatırımcı (Investor):** Finansal kaynakları girişimcilere sağlayan, genellikle sermaye veya risk sermayesi yatırımı yapan kişi veya kuruluş.

**270. Yatırım (Investment):** Finansal varlıklara para veya sermaye koyma eylemi, genellikle bir getiri veya kâr elde etme amacıyla yapılır.

**271. Yatırım Portföyü (Investment Portfolio):** Bir yatırımcının sahip olduğu tüm finansal varlıkların toplamı.

**272. Yatırımın Getirisi (ROI (Return on Investment):** Yapılan yatırımın yatırımcıya geri dönüşünü gösteren bir veri. Temelde ROI bir yatırımın ne kadar getiri sağladığını yani verimliliğini ve bu yatırımın sürdürülmesi gerekip gerekmediğini gösterir.

$ROI = (Yatırımdan Gelen Kazanç - Yatırım Masrafı) / Yatırım Masrafı$

ROI oranı %100'ün üstündeyse parasal kar/getiri sağlanmaktadır. %200 olan bir ROI oranı, yatırdığınız her 100 milyonun yatırımcıya 200 milyon olarak geri döndüğünü gösterir. Bu oran %200 yerine %50 olursa, bu durumda yatırılan 100 milyon için 50 milyon getiri sağladığınız ve %50 oranında yatırımcının zarara uğradığı anlamına gelir.

**273. Yalın Girişim:** Girişimcinin, yüksek maliyetli, uzun Ar-Ge çalışmaları gerektiren süreçlerden kaçınarak müşterilerin isteklerini göz önünde bulundurup hızlı ve düşük maliyetli ürün/hizmet üretmeye dayanan metodoloji.

**274. Yalın Üretim:** Ürün ve hizmet yaratma sürecini israflardan arındırıp sadeleştirerek sunulan değeri mükemmelleştirmek ve bu yolla firma karlılığını arttırmak amacını taşıyan kavram, sistem ve teknikler bütünü.

**275. Yatırım Fonları (Investment Fund):** Halktan topladıkları fonlar karşılığı, hisse senedi, kira sertifikaları gibi sermaye piyasası araçlarından ve altın ile diğer kıymetli madenlerden oluşan portföyleri yöneten fonlar.

**276. Yatırım Teşvik Belgesi (YTB):** Yatırımın karakteristik değerlerini ihtiva eden, yatırımın bu değerler ve tespit edilen şartlara uygun olarak gerçekleştirilmesi halinde üzerinde kayıtlı destek unsurlarından istifade imkânı sağlayan, 2012/3305 sayılı "Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar" kapsamında söz konusu kararın amaçları doğrultusunda gerçekleştirilecek yatırımlar için düzenlenen belge.

**277. Yatırım Turları (Investment Round):** Girişimlerin ihtiyaçlarına ve planlarına göre farklı yatırım zamanları belirleyerek yatırım alma süreçlerinin her birine tur (round) denir. Bunlar seed, series a, series b gibi isimler ile anılır. Seed, en erken aşama tohum

yatırımı ifade eder. Ondan sonrasındaki işin büyümesi aşamalarında yapılan yatırım turlarının her biri için a, b, c.. gibi harfler ile ifade edilir. a,b,c..'nin pratikte sıra belirtme dışında bir işlevi yoktur.

**278. Yenilik (Innovation):** Yeni fikirler, ürünler veya iş süreçleri oluşturma ve uygulama süreci.

**279. Y Combinator:** Silikon Vadisi'nde bulunan ve faaliyet gösteren bir hızlandırıcı program. Binden fazla girişime dokunmuş, fonlamış ve birçok global şirket oluşmasını sağlamıştır. Aynı zamanda sitesinden ulaşabileceğiniz kütüphanesinde birçok konuda bilgilendirici içerik bulundurmaktadır.

**280. Yenilik Yönetimi (Innovation Management):** Bir işletmede inovasyon süreçlerini planlama, uygulama ve yönetme süreci.

**281. Yıkıcı İnovasyon (Disruptive Innovation):** Bir pazardaki mevcut sistemi, işleyişi kökünden değiştiren, mevcut düzeni yıkan ve yeni bir iş yapış şekli ortaya koyan inovasyon.



# Z

**282. Zaman Yönetimi:** Bir girişimcinin veya işletmenin zamanını etkili bir şekilde kullanma yeteneği.

**283. Zeyilname:** Kamu kurumları ile yürütülen çalışmalarda değişiklik, ilave, iptal gibi durumlarda düzenlenen belge

**284. Zirve Performansı:** Bir işletmenin veya girişimcinin en yüksek performans seviyesine ulaşması.