

(İŞ FİKRİ)  
İŞ PLANI DOSYASI

---

(TARİH)  
(YER)

---

# İÇİNDEKİLER

<b>1 . İŞ PLANI ÖZETİ .....</b>	<b>4</b>
1.1 İş Fikrinin Kısa Tarifi .....	4
<b>2 . GİRİŞİMCİNİN HEDEFLERİ.....</b>	<b>4</b>
2.1 Girişimcinin Kişisel Özellikleri.....	4
2.2 Girişimcinin İş Fikrini Seçme Nedenleri.....	5
2.3 Girişimcinin Hedefleri.....	5
<b>3 .İŞLETMENİN NİTELİKLERİ ve KURULUŞ DÖNEMİ PLANI.....</b>	<b>7</b>
3.1 İşletmenin Yasal Statüsü.....	7
3.2 İşletmenin Ortaklık Yapısı Ve Özellikleri.....	7
3.3 İşin kurulması için alınması gerekli izinler, ruhsatlar ve diğer resmi dökümanlar.....	7
<b>4 . İŞLETMENİN PİYASA VE TALEP ÖZELLİKLERİ ARAŞTIRMASI .....</b>	<b>9</b>
4.1 İş Fikrinin İçinde Bulunduğu Sektör / Alt Sektörler ve Özellikleri.....	9
4.2 İşletmenin İlişki İçinde Olacağı Piyasalar ve Temel Özellikleri.....	9
4.3 Ürünün Müşteri Kitlesi ve Bu Kitlenin Talep Özellikleri.....	10
4.4 Rekabet Analizi.....	10
4.5 Ürünlerin Müşterilere Tanıtımında Temel Alınacak Faktörler .....	11
<b>5 . İŞLETMENİN UYGULAYACAĞI PAZARLAMA PLANI .....</b>	<b>12</b>
5.1 İşletmenin Tahmini Satış Planı .....	12
5.2 Ürün Satış Bedelleri.....	13
5.3 Ürün ve Hizmetlerinizi Hedef Kitleye Ulaştırma Metotları.....	14
5.4 Ürünleri Hedef Kitleye Tanıtma Metotları .....	14
5.5 Pazarlama Aktivite Planı .....	15

<b>6 .</b>	<b>ÜRETİM TEMEL SÜREÇLERİ VE ÜRETİM PLANI .....</b>	<b>17</b>
6.1	Ürün ya da Hizmet Üretimi İş Akışı ve Üretim Planlaması.....	17
6.2	Üretim İçin Gerekli Makine ve Ekipmanlar .....	18
6.3	Üretim İçin Gerekli Hammadde ve Diğer Girdiler .....	19
6.4	Ürün ya da Hizmet Üretimi İçin Seçilen Kuruluş Yeri ve İşyeri Özellikleri .....	19
<b>7 .</b>	<b>ÖRGÜTLENME VE YÖNETİM PLANI .....</b>	<b>21</b>
<b>8 .</b>	<b>İŞLETME FİNANSAL PLANI .....</b>	<b>22</b>
8.1	Gerekli Yatırım ve İşletme Sermayesi İhtiyacı .....	22
8.2	Toplam Yatırım İhtiyacı .....	24
8.3	İşletmenin Tahmini Finansal Hareketleri ve Analizi .....	25

## 1. İŞ PLANI ÖZETİ

### 1.1 İş Fikrinin Kısa Tanımı

İŞ FİKRİNİN KISACA TANIMI YAZILACAK

## 2. GİRİŞİMCİNİN HEDEFLERİ

### 2.1 Girişimcinin Kişisel Özellikleri

#### 2.1.1 Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı			
Adresi			
Telefon		Doğum Yeri	
		Doğum Tarihi	
Fax		Medeni Durumu	

#### 2.1.2 Eğitim Durumu

Son Mezun Olduğu Eğitim Kurumu:			
Bölümü:		Mezuniyet Tarihi:	
<i>Katıldığı kurs/seminer v.b programlar</i>			
Yıl	Programın Adı ve Konusu	Süresi	Verilen Belge

Bildiği Yabancı Dil:		Düzeyi*:	
		Düzeyi:	
Bilgisayar Kullanma Deneyimi:			

\* Temel – Orta – İyi

### 2.1.3 Çalıştığı İşler

Çalışma Dönemi	İşyeri Adı	Bölüm	Görev	Çalışma Süresi

### 2.1.4 Bilgi-Beceri ve Deneyimler

Sahip olduğunuz beceri ve deneyimleri buraya yazmanız gerekli, Örn: insan ilişkileri güçlüdür vb.

## 2.2 Girişimcinin İş Fikrini Seçme Nedenleri

Neden böyle bir iş fikrini seçtiğinizi yazınız. Pazar payı olması, eğitimini almış olmanız , aile desteği vb.

## 2.3 Girişimcinin Hedefleri

### 2.3.1 Kısa Dönemli Hedefler

- Birinci yıl sonunda ... satış yaparak ... YTL ciro yapmak.
- En az ... satış merkezi ile düzenli ilişkiler kurmak
- ... adet .... makinesi almak
- Düzenli bir üretim sistemine geçmek
- Birinci yıl sonunda en az .... yeni ürün grubu geliştirmek
- 

GİBİ HEDEFLERİ MADDELENDİREBİLİR VEYA DÜZ YAZI HALİNDE ANLATABİLİRSİNİZ

### **2.3.2 Orta Dönemli Hedefler**

- ..
- ..
- ..

### **2.3.3 Uzun Dönemli Hedefler**

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

## 3.İŞLETMENİN NİTELİKLERİ ve KURULUŞ DÖNEMİ PLANI

### 3.1 İşletmenin Yasal Statüsü

Şirketin oluşturacağı ciro ve vergi avantajları da göz önünde bulundurarak Şahıs şirketi veya limited vb. türüne karar veriniz

### 3.2 İşletmenin Ortaklık Yapısı Ve Özellikleri

#### 3.2.1 İşletmenin Ortakları ve Ortaklık Pay Dağılımı

Kurucu Ortaklar	Ortaklık Payları

#### 3.2.2 Ortakların İşletmeye Katkıları

Eğer ortak varsa her bir ortağın işletmede yapacağı görev tarif edilecek. Eğer ortaklık yoksa girişimcinin yapacağı işler neler olacaktır.

### 3.3 İşin kurulması için alınması gerekli izinler, ruhsatlar ve diğer resmi dokümanlar

İzin / Ruhsat / Kayıt	İlgili Kurum	Yaklaşık Süre
İmza tescil beyannamesi, imza sirküleri, nüfus cüzdanının alınması	Noter	1/2
Vergi hesap numarasının alınması	Vergi Dairesi	1/2
Defterlerin alınması ve tasdik edilmesi	Noter	1/2
Yoklama tutanağının düzenlenmesi	Vergi Dairesi	5
Vergi hesap numarasının alınması	Vergi Dairesi	1/4
Vergi levhası, yazar kasa levhası	Vergi Dairesi	1/4

Fatura, irsaliye ve gider pusulası belgelerinin basımı	Maliye Bakanlığının anlaşmalı matbaalar	2
Şirket tescilinin yapılması	Ticaret Sicil Memurluğu veya Esnaf Sanatkarlar Sicil Memurluğu	1/2
Sicil gazetesi ilanı	Ticaret Sicil Memurluğu Esnaf ve Sanatkarlar Sicil Memurluğu	3 15
İlgili odaya kayıt yaptırılması	Ticaret Odası veya Esnaf Sanatkarlar Odası veya Sanayi Odası	1/2
İşyeri açma ve çalışma ruhsatlarının alınması	Belediye	2
SSK işlemleri	Sosyal Sigortalar Kurumu	1/2
Bağ- Kur işlemleri	Bağ- Kur	1/2
T S E BELGESİ	T S E	60

#### **3.4. İş fikriyle/ürünle ilgili gerekli patent araştırması çalışmaları**



## 4 . İŞLETMENİN PİYASA VE TALEP ÖZELLİKLERİ ARAŞTIRMASI

### 4.1 İş Fikrinin İçinde Bulunduğu Sektör / Alt Sektörler ve Özellikleri

**ÖRNEK (BÖLÜM GİRİŞİ BU ŞEKİLDE YAPILABİLİR):**

İş fikri “.....” sektörü ve onun altında yer alan “.....” alt sektöründe yer almaktadır.

Türkiye’de ..... sektörü teknoloji, rekabet avantajları, yatırım vs. gibi boyutlarıyla gelişmiş olarak adlandırılabilir bir sektördür. Bu özellikler göz önünde bulundurulduğunda bu sektörü daha çok büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Aşağıda Türkiye’de bu sektörde faaliyet gösteren firmalar ve ..... yılı sonu itibarıyla kapasite bilgilerine yer verilmiştir.

*Ürünün Türkiye ve Yurtdışındaki Türlerinden burada bahsedilebilir. Bu bölümde amaç, içinde yer aldığınız sektörün son yıllardan bu güne gelişi ve bundan sonraki gidişatı hakkında da bilgi vererek iş fikrinize olumlu görüş katmasını sağlamaktır.*

### 4.2 İşletmenin İlişki İçinde Olacağı Piyasalar ve Temel Özellikleri

#### 4.2.1 Hammadde ve Üretim Malzemelerinin Sağlanacağı Piyasalar

Hammadde ve yardımcı malzemelerinizi nerelerden temin etmeyi planlıyorsunuz? Temin yapacağınız piyasanın genel özellikleri ve çalışma şekli nasıldır? (Sipariş büyüklükleri, sipariş süreleri, ödeme koşulları gibi...)

#### 4.2.2 Makine-Ekipman ve Araç Gereçlerin Sağlanacağı Piyasalar

Üretim sürecinde ihtiyaç duyulan başlıca makineler nelerdir? Hangi özelliklere sahip olmalıdır? Bu makinelerin temin edileceği piyasa(n)ın genel özellikleri nelerdir? Temin yapacağınız alternatif firmalar hangileridir?

#### 4.2.3 Önemli Hizmet Tedariklerinin Sağlanacağı Piyasalar

Muhasebe, nakliye, patent başvurusu, ürün tasarımı, temizlik hizmetleri ... gibi hizmet tedariki yapacağını konular nelerdir? Tedarik yapılacak işletme veya kişiler hakkında genel bilgi veriniz.

#### 4.2.4 İşgücünün Sağlanacağı Piyasa

İşletmede ihtiyaç duyulan işgücünün sağlanacağı piyasa(n)ın belirgin özellikleri nelerdir? Nerelerden iş gücü tedariki yapacaksınız? İş gücü bünyenizde sürekli mi bulunacak yoksa

dönemlik/mevsimlik veya haftanın belirli günleri mi çalıştıracaksınız? Başka bir işletmeden mi taşeron olarak yararlanacaksınız?

### **4.3 Ürünün Müşteri Kitleleri ve Bu Kitlenin Talep Özellikleri**

#### **4.3.1 Ürünün Müşteri Kitleleri**

Mal veya hizmetlerinizin sunacağınız bireysel veya kurumsal müşteri gruplarını nelerdir?

#### **4.3.2 Müşteri Kitlelerinin Talep Özellikleri**

Yukarıda belirttiğiniz müşteri gruplarının genel özellikleri ve ürün talep özellikleri nelerdir?

İlk etapta sunum yapacağınız bölgedeki müşterilerin nitelik ve nicelik bakımından özellikleri nelerdir?

ÖRNEK: Bölgedeki tahmini müşteri sayısı, gelir, yaş, cinsiyet özellikleri gibi demografik veriler...

#### **Talebin Oluşumunu Sağlayan Nedenler**

Müşteriler neden bu mal veya hizmetleri talep ediyor ve kullanıyorlar? Sunduğumuz mal veya hizmet müşterinin hangi ihtiyacını karşılamaktadır?

Müşterilerin ürünü talep etme sıklığı, talep büyüklüğü, talep edilen dönemler nelerdir?

### **4.4 Rekabet Analizi**

#### **4.4.1 Müşterilerin Ürünleri Mevcut Temin Şekli**

Potansiyel müşterileriniz şu an, sizin sunacağınız mal veya hizmeti nereden ve kimden temin etmektedirler? (Temin edilen yer –kişi, sizin üretim yaptığınız aynı bölgede olmak zorunda değildir. Dışarıda üretilip, sizin sunum bölgenize ulaşan mal veya hizmetleri de göz önüne alınız)

#### **4.4.2 Rakipler Hakkında Genel Değerlendirme**

Belli başlı rakipler hakkında bilgi verirken güçlü özellikleri ve zayıf taraflarını yazmakta faydalı olur. Rakiplerin ürün çeşitleri, yaklaşık kapasiteleri, satış miktarları ve ciroları hakkında bilgi edinmeye çalışınız. Rakiplerinize karşı alacağınız önlemler nelerdir?

#### **4.5 Ürünlerin Müşterilere Tanıtımında Temel Alınacak Faktörler**

Müşterilerin satın alma sırasında göz önünde bulundurdu faktörler nelerdir?

Sizin işletmeniz bu faktörlerden hangilerinde iyi olacaktır ve siz hangi yönlerinizi müşterilere sunum sırasından öne çıkaracaksınız?

## 5. İŞLETMENİN UYGULAYACAĞI PAZARLAMA PLANI

### 5.1 İşletmenin Tahmini Satış Planı

#### 5.1.1 Birinci Yıl Tahmini Satışları

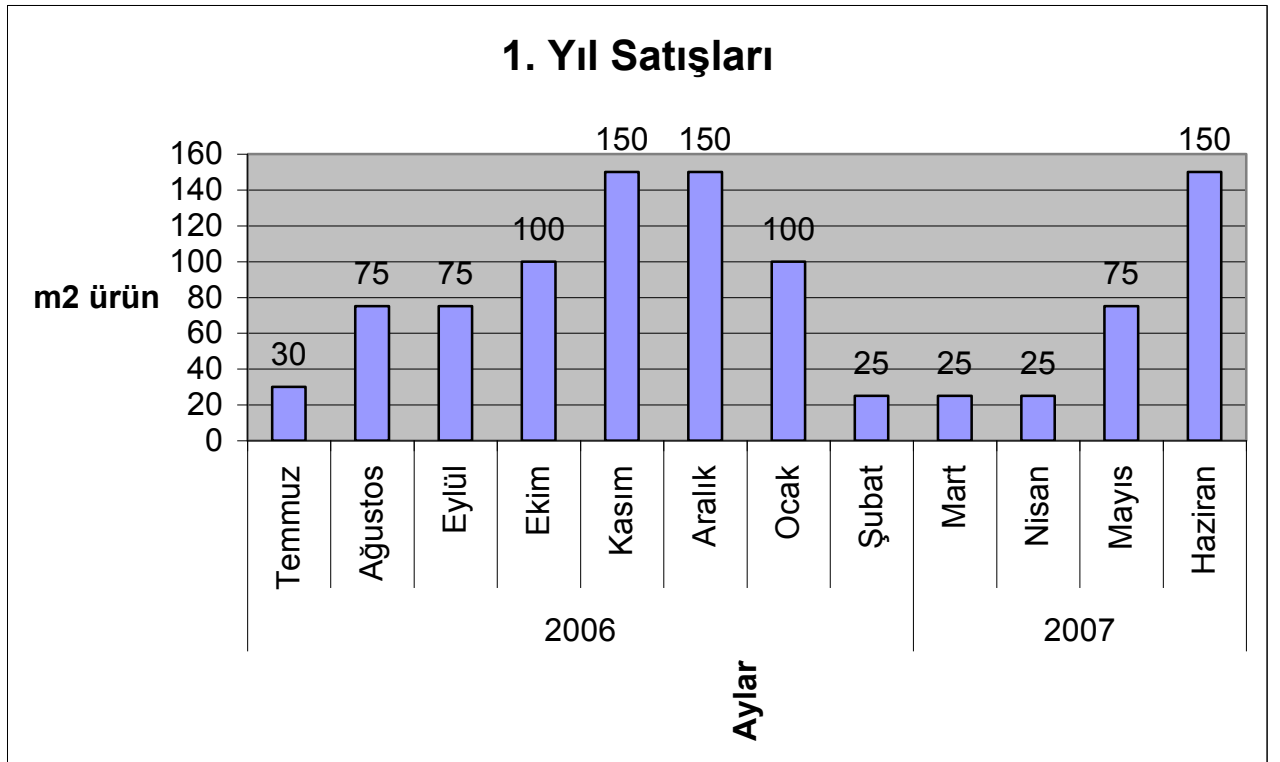
..... (adet/ton/kg/lt/m2) Cinsinden Aylık Ürün Satışları (1. Yıl)

Ürün Adı	....Yılı												Toplam
	1. Ay	2. Ay	3. Ay	4. Ay	5. Ay	6. Ay	7. Ay	8. Ay	9. Ay	10. Ay	11. Ay	12. Ay	
.....													
.....													
.....													
.....													

#### 5.1.2 Satışların Yıl İçinde Dağılımı ve Satış Düzeyini Etkileyen Faktörler

Talebin yıl içinde dağılımı nedir? Talebin yıl içinde dalgalanmasına neden olan faktörler nelerdir?

#### ÖRNEK GRAFİK



### **ÖRNEK AÇIKLAMA:**

Birinci yıl içinde 980 m2 ürün satışı hedeflenmektedir. Ürünlerin satışı inşaat sezonu ile paralel olacağı için Mayıs-Kasım dönemlerinde satışların üst düzeyde olacağı öngörülmektedir. 2006 yılında Temmuz – Eylül ayları ürünün tutundurma dönemi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle piyasaya çıktıktan sonraki 3 ay satışların 30 m2'den başlayarak düzenli bir artışla 150 m2'yi bulabileceği düşünülmektedir.

#### **5.1.3 Uzun Dönemde Satış Düzeyinde Beklenen Gelişmeler**

Uzun dönemde hem sunum bölgesinin genişlemesi hem de üretim kapasitesinin artması ile birlikte oluşacak satış artışlarının beklenen düzeyi nedir. Yıllık satış artışları yüzde olarak ifade edilebilir.

## **5.2 Ürün Satış Bedelleri**

### **5.2.1 Ürün Maliyetleri ve Kar Marjı**

<b>Ürün</b>	<b>Toplam Maliyet</b>	<b>Kar Marjı</b>	<b>Satış Fiyatı</b>

Ürün değişken maliyetlerinin içine, üretim sırasında bizzat ürünün içine giren hammadde ve yardımcı malzemenin ürün başı tutarları girmektedir. Ürün sabit maliyeti içine bunun dışında kalan enerji, personel, pazarlama ve dağıtım gibi giderler girmektedir. Değişken giderler yıl içi bu giderlerin toplamının toplam satış miktarına bölünmesi ile elde edilir.

### **5.2.2 Ürün Fiyat Politikası**

Ürün fiyatlandırması yapılırken piyasadaki rekabet düzeyi ve talep seviyesi önemli rol oynar. Rekabetin çok yoğun olduğu dönemlerde işletmedeki maliyetlerin ne olduğu değil, piyasadaki satış fiyatı önemlidir. Bu nedenle fiyatlama yaparken piyasadaki satış fiyatından geriye doğru gidilir ve işletme içindeki maliyetler de buna göre yeniden düzenlenir.

Şayet sunum bölgesi için yeni bir ürün ise ve müşteriler ilk defa tanışıyorlarsa o zaman talebin büyüklüğünü de dikkate alarak daha esnek fiyatlandırma yapılabilir ve fiyatlar üst seviyelere çekilebilir.

Pazarda yeni olmayan bir ürünle pazara giriyorsak, ve rekabet de çok yoğun değil ise o zaman ürün maliyetlerini sabit ve değişken olarak ayrı ayrı belirlenir. İşletmedeki tüm maliyetler karşılanacak şekilde bir fiyat oluşturulur. Ardından da işletmenin kar etmesini sağlayacak bir (+) artı kar oranı ile fiyatlandırma yapılır

Fiyatlandırma sırasında 6.3.1 bölümündeki ürün kartından yararlanınız. Ürün kartı hazırlanacak bir mal yoksa ve hizmet fiyatlandırması yapılacaksa hizmeti üreten işçi

maliyetini dikkate alınız. Direkt bir mal satışı ve aracılık(ticaret) varsa alış fiyatına kar marjı ekleyerek fiyatlandırma yapınız.

### **5.3 Ürün ve Hizmetlerinizi Hedef Kitleye Ulaştırma Metotları**

#### **5.3.1 Yerleşim Yeri**

İlk aşamada yerleşim yeri seçiminde işletmenin hammaddeye yakınlık, müşteriye yakınlık veya işgücü ve diğer hizmet girdilerine yakınlığı göz önüne alınmalıdır. Makro anlamda yerleşim yeri seçiminin ardından işletmenin o il veya bölge içindeki mikro konumu belirlenmelidir.

#### **5.3.2 Dağıtım Kanalları-Aracıları-Araçları**

Mal veya hizmetin müşteriye ulaştırılması sırasından nasıl bir dağıtım kanalı kullanılacaktır. Dağıtım kanalı yerinde satış yapılarak kısa tutulabilir veya distribütörler, toptancılar, bayiler ve satış noktaları gibi unsurlarla uzun ve geniş olabilir. Dağıtım kanalının nasıl olacağı sorusunun ardından bu dağıtım kanalındaki unsurların tümünün veya bir kısmının işletmeye ait olup olmadığı sorusu gelir. Örneğin, bayiler size direkt bağlı şubeler şekline olabilir veya bir toptancıya ait olabilir. Dağıtım kanalında aracı kullanıp kullanılmayacağı göz önüne alınmalıdır. Dağıtım kanalındaki bir diğer önemli nokta ise kanal içinde kullanılacak araç ve sistemlerdir. Dağıtım sırasında işletmenin kendi araçlarının veya nakliye firmaları gibi araçların araç ve sistemlerinin hangisinin kullanılacağı bu bölümde belirtilebilir.

### **5.4 Ürünleri Hedef Kitleye Tanıtma Metotları**

Hedef kitleye ulaşarak işletmenin ve ürünlerin tanıtımını yapmak için ne tür aktiviteler yapılacaktır. Bu aktiviteler reklam, gazete ilanı, fuar katılımı, müşteri ziyareti, broşür ve katalog gönderimi, promosyonlar vb.... olabilir. Bunların seçimi sırasında, ulaşmak istediğimiz müşteri kitlesinin bu tanıtım araçlarının hangisinden daha çok etkilendiği, dikkate aldığı önemlidir. Kullanılan pazarlama taktiğinin ulaştığı kitle ile işletmenin müşteri kitlesinin aynı olması gerekir. Aksi takdirde tanıtım çalışmaları etkisiz harcama kalemlerine dönüşürler.

Tanıtım çalışmalarının öncelikle yöneleceği kitle de belirlenmelidir Tüm müşteri gruplarına aynı anda ulaşma çabası hem maliyetli hem de zaman alıcı bir çabadır. Öncelikli müşteri kitleleri belirlenmeli ve buna yönelik tanıtım hazırlıkları yapılmalıdır.

#### **5.4.1 Reklam ve tanıtım çalışmalarına ayıracağınız bütçe nedir?**

Yapılacak tanıtım çalışmaları için ayrılacak bütçe tahmini olarak belirlenmelidir. Bu çalışma sırasında yapılacak her türlü pazarlama aktivitesinin bütçesi ayrı ayrı belirlenmeli ve toplam tanıtım bütçesine ulaşılmalıdır. Pazarlama Aktivite planı hazırlanırken aşağıda yer alan tablodan yararlanılmalıdır.

## 5.5 Pazarlama Aktivite Planı

### ÖRNEK PAZARLAMA AKTİVİTE PLANI

Pazarlama Aktiviteleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Sorumlu	Bedel
Sunum standlarının yaptırılması	X	X												1.000
Numune ürünlerin dağıtımı		X	X											500
Broşür,katalog, kartvizit, antetli kağıt basımı	X	X												1.500
Mimar ve içmimarlara katalog yollanması				X										350
Örnek uygulama yapılması için bazı mimarlara bedelsiz ürün verilmesi				X	X	X								1.000
Örnek uygulamaların dia çekimi ve katalog yapımı							X							2.000
Fuar katılımı										X				2.000
Uygulama yapan müşterilerin ziyaretler							X	X						500
Dağıtım noktaları ziyaretleri								X	X	X	X	X		250



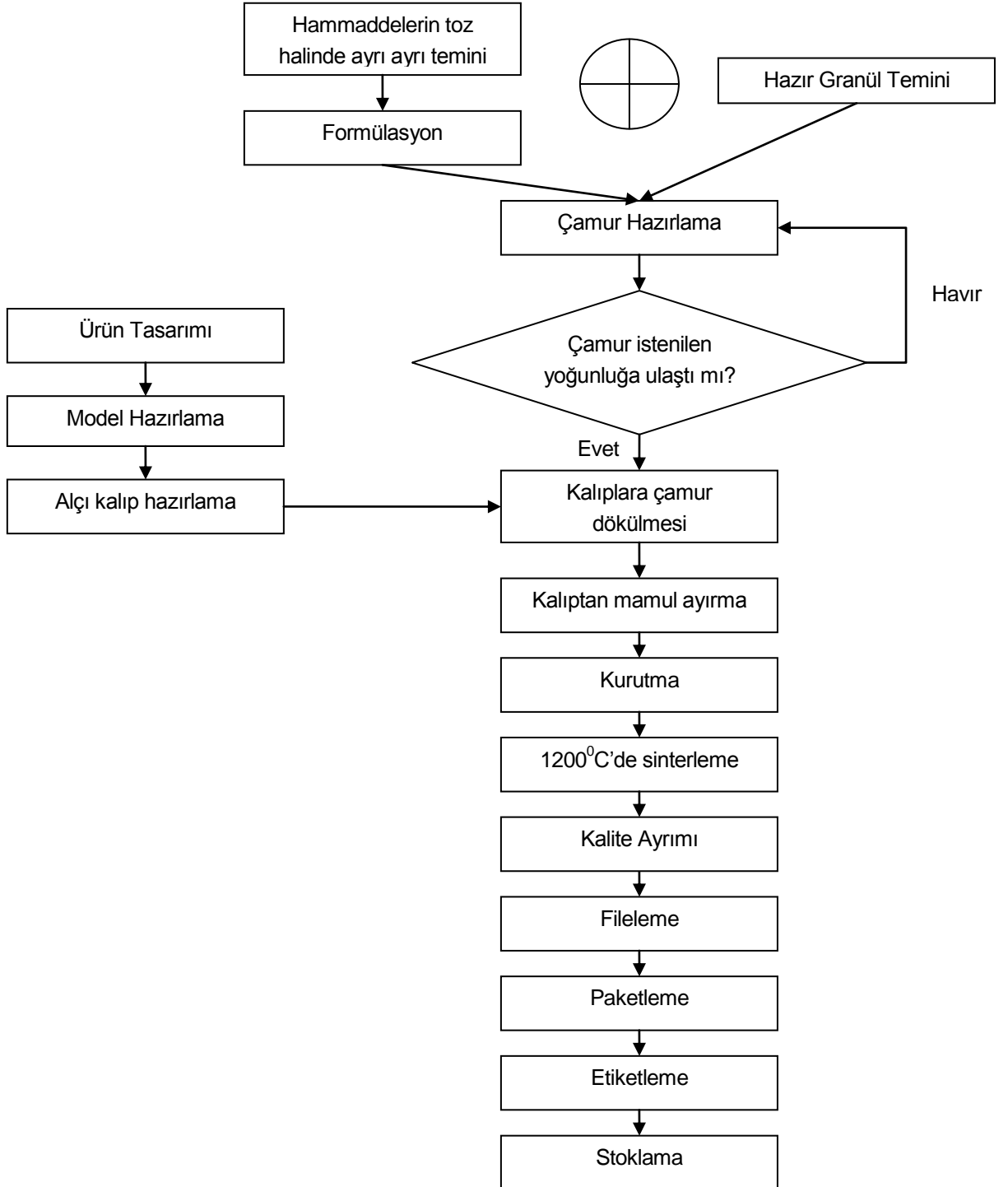


## 6 . ÜRETİM TEMEL SÜREÇLERİ VE ÜRETİM PLANI

### 6.1 Ürün ya da Hizmet Üretimi İş Akışı ve Üretim Planlaması

Mal veya hizmet üretimi sırasındaki aktiviteler bir süreç halinde şematize edilmelidir. İş akışı çizerken, üretimin genel hatlarıyla şekle geçirildiğinden emin olunmalıdır. Üretimin ana hatlarını ve alt detaylarını çizebiliyor olmak, İŞ PLANINI OKUYANA, İŞE HAKİM OLUNDUĞUNU VE BİLİNDİĞİNİ göstermek için önemlidir.

#### 6.1.1 Üretim İş Akışı



## 6.2 Üretim İçin Gerekli Makine ve Ekipmanlar

Üretim iş akışından da faydalanarak üretim sırasında kullanılacak tüm makine ve ekipmanların listesi çıkarılmalıdır. Ardından bu makine ekipmanların kaç adet olacağı ve hangi özelliklere sahip olması gerektiği belirlenerek yatırım sermayesi hesaplamasına geçilmelidir. İstenilen özellik ve adetler üzerinden fiyat araştırması yapılmalıdır.

MAKİNE - EKİPMAN	BİRİM FİYATI- YTL	Adet	ÖZELLİKLER	MALİYET	ÖDEME PLANI

### 6.3 Üretim İçin Gerekli Hammadde ve Diğer Girdiler

#### 6.3.1 Kullanılan Hammadde ve Diğer Malzemelerin Birim Ürün İçindeki Miktarları

Ürünün üretimi sırasında kullanılan hammadde ve malzemelerin miktar ve fiyatları nelerdir?

#### ÖRNEK ÜRÜN KARTI:

ÜRÜN ADI	1 m2 Dökme Taş Karo			
Hammadde ve Malzeme Girdi Türleri	Miktar	Birim	Birim Fiyat	Tutar
Kalıp	1	Adet	75	75
Seramik Çamuru	16	Kg	218	3.500
File	1	m2	1.000	1.000
Boya	0,48	Kg	7.705	3.968
Tutkal	0,2	Kg	500	100
Kutu ve Etiket	1	Adet	500	500
<b>Malzeme ve Hammadde Girdileri Toplamı</b>				<b>8.873</b>

#### 6.3.2 Hammadde ve Diğer Malzemeler Temin Koşulları

Üretim sırasında kullanılan hammadde ve malzemeler ile, üretim dışı gerekli sarf malzemelerini nereden ve hangi koşullarda temin edeceğinizi aşağıdaki tabloda belirtiniz.

Hammadde / Malzeme	Satıcı Firma	Birim	Satış Bedeli	Açıklama*

\*Vade, sipariş süresi, sipariş miktarı ... gibi

### 6.4 Ürün ya da Hizmet Üretimi İçin Seçilen Kuruluş Yeri ve İşyeri Özellikleri

#### 6.4.1 Yerleşim Yeri Seçilme Nedenleri

- Hammaddeye yakınlık

- Sektördeki kurulu işletmelerin bölgedeki yoğunluğu ve oluşan sanayi ve işgücü desteği
- Müşteriye yakınlık

Gibi nedenlerden bir veya birkaçını barındıran bir yerleşim yeri seçilmelidir. Yerleşim yerinin makro olarak belirlenmesinin ardından yerleşim yerinin teknik özellikleri de belirlenmelidir.

#### **6.4.2 Yerleşim Yerinde Olması Gereken Teknik Altyapı Özellikleri**

##### **ÖRNEK ALTYAPI:**

<b>Tesisat/Donanım Türü</b>	<b>Gerekli Özellikler</b>
Elektrik Tesisatı	Elektrik Trafosu (sitenin mevcut trafosu yeterli)
Su Tesisatı	Normal şehir tesisatı
Isınma Tesisatı	Kalorifer (mevcut)
Aydınlatma Tesisatı	Tasarruflu aydınlatma
Telefon/Fax/Bilgisayar Sistemi	1 telefon, 1 fax, 1 bilgisayar
Ofis Donanımı	2 Masa, 2 sandalye

## 7. ÖRGÜTLENME VE YÖNETİM PLANI

### 7.1.1 Üretim İş Gücü

Üretim iş akışında yer alan iş gruplarını da dikkate alarak üretim için gerekli iş gücü miktarını ve niteliklerini belirleyiniz.

### 7.1.2 Üretim Dışı Temel Süreçler ve Gerekli İş Gücü

Üretim dışında yer alacak iş gruplarını ve bu gruplarda gerekli işgücünü ve niteliklerini belirleyiniz. belirleyiniz.

Satın Alma, Pazarlama-Satış, Finansman... gibi

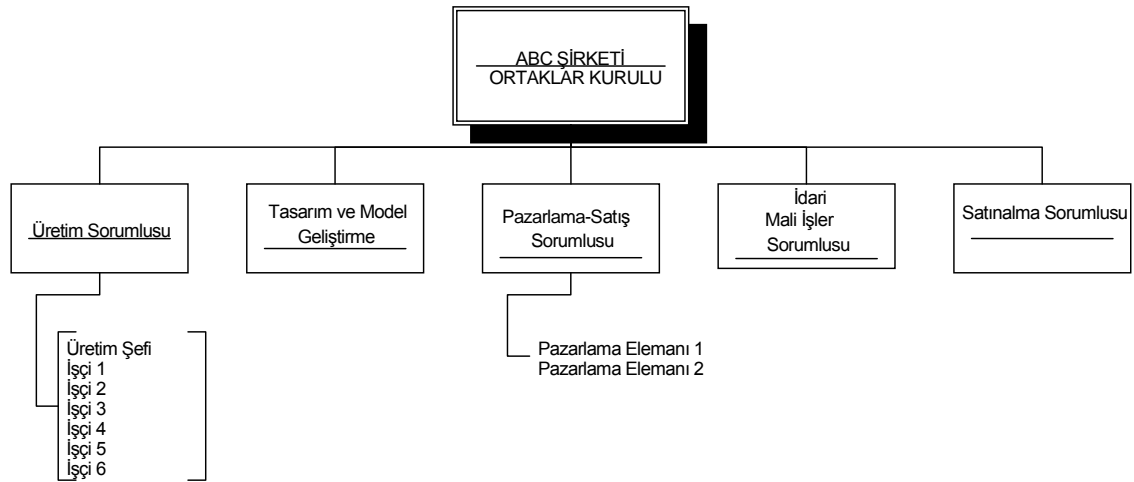
### 7.1.3 İş Gücü Temini ve Ücret Politikası

Üretimde ve üretim dışı süreçlerde gerekli olan işgücünü nasıl ve nereden (gazete ilanı, rakip firmadan transfer, yeni mezun olarak yetiştirme, İŞKUR'dan talep... gibi) temin edeceğinizi belirtiniz. Bu iş gücü gruplarını nasıl ücretlendireceğinizi (asgari ücret, rakip firma politikaları, yasa gereği standart ücret saatleri... gibi) belirtiniz.

### 7.1.4 İşletmenin üretim, üretim dışı temel aktiviteler ve destek aktiviteler ile ilgili tüm iş gruplarını kapsayan örgüt şeması

İşletmek için çalışma yapınızı ve yukarıda sıralanan iş gruplarını ve süreçleri dikkate alarak örgüt şemanızı hazırlayınız.

#### ÖRNEK ÖRGÜT ŞEMASI



## 8. İŞLETME FİNANSAL PLANI

### 8.1

### 8.2 Gerekli Yatırım ve İşletme Sermayesi İhtiyacı

#### 8.2.1 Başlangıç Yatırım Sermayesi İhtiyacı

YATIRIM HARCAMALARI	TUTAR	AÇIKLAMA
1. ARAZİ BEDELİ		
2. ETÜD VE PROJE GİDERLERİ		
3. ARAZİ DÜZENLEMESİ		
4. BİNA – İNŞAAT GİDERLERİ		
5. MAKİNE VE TECHİZAT GİDERLERİ (YERLİ)		
6. MAKİNE VE TECHİZAT GİDERLERİ (İTHAL)		
7. YARDIMCI MAKİNE-EKİPMAN GİDERLERİ		
8. İTHALAT VE GÜMRÜKLEME GİDERLERİ		
9. TAŞIMA VE SİGORTA GİDERLERİ		
10. MONTAJ GİDERLERİ		
11. İŞLETMEYE ALMA GİDERLERİ		
12. LİSANS GİDERLERİ		
13. GENEL GİDERLER		
14. BEKLENMEYEN GİDERLER		
<b>TOPLAM SABİT YATIRIM</b>		

### 8.2.2 Yıllık İşletme Giderleri

#### YILLIK İŞLETME GİDERLERİ TABLOSU

GİDER KALEMLERİ	TOPLAM HARCAMA	SABİT	DEĞİŞKEN	SABİT GİDERLER	DEĞİŞKEN GİDERLER
1. HAMMADDE		0%	100%		
2. YARDIMCI MADDE VE İŞLETME MALZEMELERİ		0%	100%		
3. KİRA		100%	0%		
4. ELEKTRİK		20%	80%		
5. SU		30%	70%		
6. YAKIT		100%	0%		
7. İŞÇİLİK-PERSONEL		100%	0%		
8. BAKIM-ONARIM		60%	40%		
09. PATENT-LİSANS		50%	50%		
10. GENEL GİDERLER		75%	25%		
11. PAZARLAMA-SATIŞ GİDERLERİ		80%	20%		
12. AMBALAJ-PAKETLEME GİDERLERİ		0%	100%		
<b>TOPLAM</b>		-	-		

### 8.2.3 İşletme Sermayesi Tablosu

#### İŞLETME SERMAYESİ TABLOSU

İŞLETME SERMAYESİ KALEMLERİ	YILLIK İŞLETME GİDERLERİ	SÜRE (AY)	İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI
1. HAMMADDE STOĞU			
2. YARDIMCI MADDE STOĞU			
3. İŞLETME MALZEMELERİ STOĞU			
4. YAKIT STOĞU			
5. YARI MAMÜL STOĞU			
6. AMBALAJ MALZEMESİ STOĞU			
7. MAMÜL MADDE STOĞU			
8. YEDEK PARÇA STOĞU			
9. MÜŞTERİYE BAĞLI MAL DEĞERİ			
10. GENEL GİDERLER NAKİT İHTİYACI			
<b>TOPLAM</b>			

### 8.3 Toplam Yatırım İhtiyacı

#### YATIRIM DÖNEMİ FİNANSMAN YAPISI TABLOSU

	0. YIL	TOPLAM
<b>FİNANSMAN İHTİYACI</b>		
1. BAŞLANGIÇ YATIRIMI		
2. İŞLETME SERMAYESİ		
<b>TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI</b>		
<b>FİNANSMAN KAYNAKLARI</b>		
1. ÖZKAYNAKLAR		
2. BORÇLAR		
3. KREDİLER		
<b>TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI</b>		



## 8.4 İşletmenin Tahmini Finansal Hareketleri ve Analizi

### 8.4.1 Gelir – Gider Tablosu\*

#### YILLIK GELİR GİDER HESABI TABLOSU

<b>İŞLETME GELİRLERİ</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>
Ürün Satışı Gelirleri			
<b>İŞLETME GELİRLERİ TOPLAMI</b>			
<b>İŞLETME GİDERLERİ</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>
1. HAMMADDE			
2. YARDIMCI MADDE VE İŞLETME MALZEMELERİ			
3. KİRA			
4. ELEKTRİK			
5. SU			
6. YAKIT			
7. İŞÇİLİK-PERSONEL			
8. BAKIM-ONARIM			
9. PATENT-LİSANS			
10. GENEL GİDERLER			
11. PAZARLAMA-SATIŞ GİDERLERİ			
12. AMBALAJ - PAKETLEME GİDERLERİ			
<b>İŞLETME GİDERLERİ TOPLAMI</b>			
<b>GELİR - GİDER FARKI</b>			

#### 8.4.1 Nakit Akış Tablosu

##### Nakit Akım Tablosu

<b>NAKİT GİRİŞLERİ</b>	<b>0</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>
YATIRIM KREDİSİ				
ÖZKAYNAK				
BORÇLAR				
İŞLETME GELİR-GİDER FARKI				
HURDA DEĞER				
YILBAŞI ELDEKİ NAKİT				
<b>NAKİT GİRİŞLERİ TOPLAMI</b>				
<b>NAKİT ÇIKIŞLARI</b>				
SABİT YATIRIM TOPLAMI				
İŞLETME SERMAYESİ				
KREDİ FAİZ ÖDEMELERİ				
KREDİ ANAPARA ÖDEMELERİ				
VERGİLER				
<b>NAKİT ÇIKIŞLARI TOPLAMI</b>				
<b>YIL SONU ELDEKİ NAKİT</b>				

#### 8.4.2 Karlılık Hesabı Tablosu

##### Karlılık Hesabı Tablosu

<b>Yıllar</b>	<b>0</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>	<b>20XX</b>
<b>SATIŞ GELİRLERİ</b>				
İŞLETME GİDERLERİ				
AMORTİSMANLAR				
FİNANSMAN GİDERİ				
<b>VERGİ ÖNCESİ KAR</b>				
VERGİLER (%25)				
<b>VERGİ SONRASI KAR</b>				
<b>AMORTİSMANLAR</b>				
İŞLETME SERMAYESİ				
SABİT YATIRIM				
<b>NET NAKİT AKIMLAR</b>				
<b>TOPLAM NET NAKİT AKIMLAR</b>				