

GİRİŞİMCİLİK TEKNİKLERİ DERS NOTU

1.GİRİŞ

Girişimci, feodal yapıdan sanayi topluma geçişte toplumun dinamiğini oluşturan itici bir güç olmuştur. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte gerek ulusal gerekse de uluslararası boyutta, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler düzeyinde daha dikkat çekici bir hale gelmiştir. Konu ekonomik ve toplumsal boyutta pek çok sektör için önem arz etmeye başlamıştır. Bu anlamda girişimciliğin bilgi toplumunun dominant unsurlarından biri olacağı belli olmuştur.

Girişimcilik kavramı Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesiyle birlikte her geçen gün önem kazanmaya başlamış ve orta çağdan günümüze kadar iktisat ve işletme literatüründe pek çok teorisyen tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu sebeple girişimcilik kavramına ilişkin oluşturulmuş tek bir tanım bulunmamaktadır. Girişimcilik kavramı, Latince’de “intare”, İngilizce’de ise “enter (giriş)” ve “pre (ilk)” kelime köklerinden gelmekte olup, “entrepreneur” yani ilk girişen anlamına gelmektedir. Girişimcilik Fransızcadaki "entreprendre" kelimesinden gelmekte ve bunun anlamı "üstlenmek, fırsat yaratmak, yenilikçilik sayesinde ve işletme kurarak ihtiyaç ve istek gidermek" anlamına gelmektedir.

Girişimciliğin herkes tarafından bilinen ve genel kabul gördüğüne inanılan ilk tanımı 1755 yılında Fransız asıllı İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon’a göre girişimci, kar elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin riskini üstlenen kişidir.

Çoklu anlamlar içeren bir olgu olan girişimcilik konusu hakkında genel olarak kabul görmüş bir tanım vermek oldukça zordur. Bu tanımlar içerisinde en çok göze çarpan unsurlar ise değer yaratma, yeni bir işletme kurma ve geliştirme, yenilik yapma, esnek ve dinamik davranma, yaratıcılık ve risk almadır.

Girişimcinin yenilikçi, denenmeyen teknolojiler geliştiren ve dinamik olma özelliğinden ilk kez bahseden ise Joseph A. Schumpeter’dir . Schumpeter, risk alma ve yönetim becerisi yönünü savunanları girişimciyi sınırlayacağı için eleştirmiş ve yenilik yapmayan kişinin girişimcilik özelliklerini taşıyamayacağını savunmuştur. Böylece Schumpeter’e göre girişimciler alışılmışın dışında, yeni arayışları olan farklı insanlardan oluşmaktadır.

Girişimciliğin ortaya çıkmasına neden olan temel güdülerin neler olabileceği önemli tartışma konularından birisidir. Klasik iktisat anlayışına göre bireysel çıkarların en üst seviyeye çıkarılması girişimciliği ateşleyen en önemli güdüdür. Yani ekonomik fayda ve kar elde etme isteği girişimciliğin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Klasik iktisat kuramının bu yaklaşımına karşılık, **Mc Clelland** girişimciliğin gelişmesinin, ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik bir güdü olan güç, başarı ve

bağıllık ihtiyacına bağılı olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda girişimcilerin psikolojik yaklaşım içerisinde güç odaklı, başarı odaklı ve bağıllık odaklı olarak faaliyette bulundukları söylenebilir.

2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Bu bölümünde girişim, girişimcilik, girişimci ve girişimcilikle ilgili diğer kavramlar incelenmiştir.

2.1.Girişim Kavramı

Üretim faktörleri, üretim faaliyetlerinde kullanılan değerleri ifade etmektedir. Bunlar en bilinen haliyle; emek, sermaye, doğal kaynaklar ve müteşebbis veya girişimciyi içermektedir.

Girişimci, insan ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri, kuracağı işletme veya organizasyonlarla sağlar. Üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, teknik, ekonomik ve hukuki birimlere, girişim veya işletme denmektedir. Ayrıca girişimcinin bir işletme kurmak veya üretim faktörlerini bir araya getirmeye yönelik bütün çabaları da girişim olarak ifade edilmektedir.

Girişim kavramı, nasıl ele alınırsa alınsın, her durumda girişimcinin, kar etmek, topluma hizmet sunmak gibi amaçları vardır. Kar veya başka biçimlerde yarar sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek, ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir örgüt olarak da tanımlanan girişimin (teşebbüs), özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Girişimin amacı, kazanç ve yarar sağlamaktır,
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur,
- Girişimin üç temel işlevi, üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır,
- Girişim hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve yükümlülükler üstlenir,
- Girişim finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunların karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur,
- Girişim, insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

Girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik birimlere **girişim** adı verilir. Bu arada, çoğu zaman aynı anlamada kullanılsa da, **girişim ile işletmenin aynı olmadığı bilinmelidir**. Girişim, belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip olan kuruluştur. İşletme ise, daha çok fabrika veya satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten veya pazarlayan teknik birimlerdir. Örneğin, Koç Holding bir girişim, onun bünyesinde yer alan Arçelik fabrikası ise bir işletmedir. Bu açıdan **girişimciler, işletmelere göre daha geniş bir anlam taşırlar**.

Girişim, genel olarak **iki farklı bakış** açısı ile ele alınır. **Birincide girişim** kavramı; somut bir çerçevede, mal veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birimler olarak tanımlanmaktadır. **İkinci yaklaşım** ise, girişim kavramını soyut bir çerçevede ele almaktadır. Şöyle ki; bu bakış açısıyla girişim ve teşebbüs, girişimcilerin bir işletme kurmak amacıyla ortaya koydukları çabaları ve katlandıkları zorlukları kapsamaktadır.

2.2. Girişimcilik Kavramı

Günümüzde insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda önemli bir dinamik öge olarak karşımıza girişimcilik ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır.

Girişimci ve girişimcilik kavramı sosyal bilimlerin tüm alanlarında kalkınma ve gelişmeyi sağlayan bir güç olarak görülmektedir. Köken olarak olarak Latince’de intare kökünden gelen girişim kavramı, İngilizce’de enter (giriş) ve pre (ilk) kelime kökenlerinden gelmekte ve *entrepreneur* yani ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir.

Girişimcilik, hem günlük hayatta hem de ekonomi ve yönetim gibi teknik alanlarda oldukça sık kullanılan bir kavramdır. Bu nedenle girişimcilik literatürünü genel olarak; ekonomi, psikoloji, antropoloji, organizasyon, yönetim ve sosyoloji disiplinleri oluşturmuştur. Bu geniş yelpaze içerisinde, konu hakkında çok sayıda araştırmacı yorumda bulunmaktadır.

Bazı insanların yeni fırsatları görmede daha yetenekli olma nedenleri, bazılarının yeni fikir ya da hayallerini gerçekleştirmede diğerlerinden daha başarılı olma sebepleri, bazılarının bitmez tükenmez bir arzu ile kendi adına ve kendi hesabına iş yapma isteğine ait nedenler ile ekonomik göstergelerde işsizliğin azalmasına, gelir dağılımının dengelenmesine yönelik arayışlar, girişim ve girişimcilik konusunu bir ilgi odağı haline dönüştürmüştür.

Girişimcilik kavramında yer alan yaygın olgular göz önünde bulundurulduğunda girişimciliğin, kompleks ve çok yönlü unsurlarını kapsayan tanımı söyle ortaya konulabilir. Girişimcilik; “pratikte olmayan bir şeyden bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyetidir. Bu vizyon, hesaplı risk alma istekliliğini ve başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı içerir. Yaratıcı bir faaliyet olan girişimcilik, enerjinin, bir girişim veya organizasyon başlatmaya harcanmasıdır.

Girişimcilik, girişimcinin kendi beceri ve yeteneğini tamamlamak için girişimci bir takım oluşturma kabiliyetini de kapsar. Girişimcilik, kaos ve çelişki ortamında fırsat yaratma becerisi, diğerlerinin sahip olduğu kaynakları bulma, bir araya getirme ve kontrol etme duygusudur. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi **girişimcilik, işletme yaratmaktan daha fazla bir şeydir. Yeni işletme yaratma girişimciliğin en önemli özelliği olsa bile girişimcilik olgusunu bütünüyle ortaya**

koymaz. Fırsat arama, risk alma, eşsizlik ve yenilik gibi kavramlarda girişimcilik kapsamı içerisinde yer alır.

Girişimcilik; yenilik yaratarak, yaratıcı yetenekler kullanarak veya herhangi başka bir şekilde, yeni; ürün, hizmet, kaynak, teknoloji ve piyasalar bularak, değer yaratmaktır.

Toplumda girişimciliğe dair bazı yanlış inanışlar vardır ve bu inanışların birçoğu gerçeği yansıtmamaktadır. Girişimcilik üzerine yaygın olan yanlış inanışlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

1-Girişimci doğulur, sonradan olunmaz. İnsanların sahip olduğu bazı doğal yetenekler olabilir ama bunların ortaya çıkarılması gerekir. Ayrıca, girişimciliğin temelinde olan birçok yetenek, bilgi, tecrübe ve ilişki ağını yıllar içinde geliştirerek girişimcilik kapasitesini geliştirmek mümkün olabilir.

2-Herkes yeni bir iş kurabilir. Yeni bir iş kurmak girişimcilik sürecinin en kolay aşamasıdır. Ancak, önemli olan şirketin devamını sağlamak, büyütmek ve onu kalıcı kılmaktır.

3-Girişimciler kumarbazdır. Başarılı girişimciler kumarbaz değil karşılaşılabilecekleri tüm riskleri dikkatlice hesaplayanlardır.

4-Girişimciler bütün olayı sahiplenmek ister. Bir işletmeyi tek kişi ile büyütmek oldukça zor bir iştir. Başarılı girişimciler takım oluşturabilen ve bu yolla başarıya ulaşan kişilerdir.

5-Girişimciler kendilerinin patronudur ve bağımsızdırlar. Girişimcilerin başta yatırımcılar ve müşteriler olmak üzere ailelerine, çalışanlarına ve bulundukları sosyal topluma karşı sorumlulukları vardır.

6- Girişimciler büyük firmalardaki profesyonel yöneticilerden daha çok çalışırlar. Bugüne kadar bunu ispatlayan veri bulunamamıştır.

7-Girişimciler çok stres altında çalışırlar. Girişimcinin stresli ve talepkar bir işle uğraştığından stresli olması olağan olarak karşılanmaktadır. Ancak, yapılan bazı çalışmalara göre, profesyonel yöneticilere nazaran girişimcilerin yaptıkları işten daha memnun oldukları görülmektedir.

8- Girişimciler genç ve enerjik olmalıdır. Genel ortalama 30'lu yaşlar olmakla birlikte 60'lı yaşlarında başarılı olan girişimciler vardır.

9-Girişimcilerin motivasyon kaynağı para kazanmaktır. Yapılan birçok çalışma göstermektedir ki, girişimci kısa dönemde para kazanmaktan daha çok uzun dönemde sağlanacak gelirleri önemsemektedir. Ayrıca, para kazanmak girişimci için tek motivasyon kaynağı değildir. Kişisel başarı duygusu, kaderine sahip çıkmak ya da kontrol etmek, vizyonu nu ve hayallerini gerçekleştirmek diğer amaçlar arasındadır.

10-Girişimciler başkaları ile çalışamaz. Başarılı bir girişimcinin en önemli özelliklerinden biri takım lideri olmasıdır.

11-Başarılı girişimci, iyi okul performansı gösterir. Girişimcilik yaratıcılık, motivasyon, bütünsellik, liderlik, takım kurma, analitik yetenek ile belirsizlikler ve zorluklarla başa çıkma yeteneklerinin karışımıdır. Dolayısıyla sadece okul performansı girişimcilik için yeterli olamaz.

Girişimcilik kentsel gelişme ve kalkınma açısından da önemli bir rol oynar. Bu açıdan girişimciler, kentsel gelişmede ve bölgesel kalkınma hedeflerinde bir büyüme makinesi gibi hareket ederler. Bir kentteki girişimciler ne kadar faal olurlarsa, bu diğer toplumsal grupları da o oranda etkileyecektir. Kentsel büyüme ve kalkınma sonucunda, hem istihdam oranları artacak hem de yaşam kalitesi yükselecektir. Tüm bunlar da, kentteki girişimciler sayesinde ortaya çıkacaktır.

Girişimcilik konusu sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte gerek ulusal gerekse de uluslararası boyutta, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler düzeyinde daha dikkat çekici bir hale gelmiştir. Konu ekonomik ve toplumsal boyutta, pek çok sektör için önem arz etmeye başlamıştır. Günümüz dünyasında bir ülkenin ağırlığı ve etkinliği küresel anlamdaki şirketleri ile küresel anlamda yaratmış oldukları markalardır. Bir ülkenin bu anlamdaki şirketleri ve markaları ne kadar çok ise o ülke uluslararası alanda gelişmiş ve kalkınmış bir ülke olarak algılanmakta, aksi ise geri kalmış ülke nitelenmesine sebep olmaktadır.

Girişimciliğin, ekonomik fayda sağlama yanında toplumsal faydayı beraberinde getirmeyi bakımından ayrı bir önemi vardır. Ekonomik büyümenin önemli bir bileşeni olarak görülen girişimcilik işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu düşünülmektedir. Girişimcilik; üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik şekillerde kullanımını sağlayarak alternatif üretim alanları yaratmaktadır. Bu yönüyle de toplumsal fayda yaratan ekonomik bir aktör konumundadır.

2.3. Girişimci Kavramı

Girişimcilik, 17. yüzyıla kadar aktif ve kendini riske atmaya meyilli bireyleri tarif etmek için kullanılmıştır. Daha sonraki yıllarda girişimcilik, işletme başlatmakla ilgili bir kavram olarak görüldüğü için girişimci ile ilgili klasik tanımlar, bir işletmeyi başlatma üzerine odaklanmıştır. Bu nedenle klasik anlamda bir girişimci, fırsatları tanımlayıp, fırsatlardan yararlanmak için gerekli kaynakları bir araya getiren ve kar ve büyüme amacı ile risk ve belirsizlik karşısında yeni bir işletme yaratan kişidir.

Klasik anlamda girişimci, işletme yaratan biri olarak tanımlanmakla birlikte günümüzde, girişimcilik anlayışı klasik işletme başlatma kavramını fazlası ile aşmıştır.

Bu nedenle 18. yüzyılın başında ekonomist **Richard Cantillon** tarafından “henüz belirginleşmemiş bir bedele satmak üzere girdileri bugünden satın alan ve üreten kişi” olarak tanımlanan girişimcinin günümüzde, yerine getirdiği işlevlere göre çok çeşitli tanımlamaları yapılmaktadır. “Artık girişimci fırsatları tanıyan ve ele geçiren, gerekli olan zaman, beceri ve çaba

ile bu fırsatları işleyebilir ve pazarlanabilir fikirlere dönüştüren, değer yaratan, değer katan, rekabetçi pazarın riskini üstlenen ve yaptığı bu faaliyetlerden ödül alan birisi olarak görülmektedir”.

Girişimciler, genellikle başladıkları işin peşini bırakmayan, saatlerce çalışmaya istekli, standartlara uymayan kavramları irdeleyen ve kendi kişisel sezgilerine göre hareket etmeyi benimseyen kişiler olarak nitelendirilmektedir. Başarılı olmayı hedefleyen girişimcilerden, Pazar payı analizlerini iyi yapmaları, stratejilerine uygun performans planları geliştirmeleri, en rasyonel sonuçlara ulaşmalarını sağlayacak bütün beşeri, teknolojik, finansal ve diğer çevresel kaynakları ve fırsatları gözlemlemelerini ve doğru zamanda değerlendirmeleri beklenmektedir.

Diğer bir ifade ile girişimci işi soyut (fikir) halden alıp somut şekle dönüştüren ve gerçekleştiren kişidir.

Girişimci değişik üretim faktörlerini bir araya getirerek, risk alan ve bu riskin sonuçlarına katlanan kimsedir. Girişimci güncel olarak mevcut kaynakların ve yeteneklerin ötesine uzanarak önce fırsatları hayal eden, fırsatları arayan ve onları kovalayan, fırsatlara hazır olan onları tetikte bekleyen kişidir. Fırsatları yakalayan, sonradan bu fırsatlara uygun kaynakları ve yetenekleri araştırıp tedarik eden kişidir. Girişimci bir başka açıdan problemten fırsatı kavrayıp geliştiren (problemi çözen) onu yenilik kalıbı altında şekillendiren sonra bunları pazarlayabilir ve işe çevirebilir hale getiren, üzerine katma değer halkaları ekleyen ve bunların sonucunda da maddi ve manevi bir ödül bekleyen kişidir. Girişimcilik bir anlayış ve davranış biçimidir.

Girişimciler girişimci olmayanlara göre beceri, yetenek, kapasite, deneyim ve bilişsel algılama ve fırsatı kavrama , güçlü, hızlı ve esnek motive olma , değer yaratmayı amaçlayan davranış, fırsatları keşfetme, fırsatları bilişsel bir zemine oturtma, kaynaklarının yeterli olup olmadığına bakmaksızın fırsatları kovalama, fırsatı formüle etme, yakalama ve uygulama, teknik bilgileri olumlu biçimlere sokma biçiminden, daha iyimser olma, daha yüksek iç kontrol talepleri, belirsizliğe ve kaosa karşı daha fazla toleranslı olma, yüksek düzeyde başarıma hırsı taşıması, yeni organizasyon yaratma, çabuk ve hızlı karar verme ve esneklik, kendi değerlerine sahip çıkma ve özgüvenleri, kaynakları kontrol etme istekleri, bağımsız olma, öz çıkarlarını gözetme ve kariyerlerini gerçekleştirme, saklı bilgileri fark etme, yeni ürün, yenilik, yeni üslup geliştirme ve değer yaratma yönünden farklı, özel, uzman, becerili, aktif, yöneten, çıkarıcı, esnek, ilginç ve eylemci kişilerdir.

Girişimciler başkalarının kaos ve karışık olarak gördüklerini fırsat olarak gören ve işletme dünyasındaki değişimi ortaya çıkaran bireylerdir. Onlar, pazardaki engelleri aşmak için mücadele eden olimpiyat atletlerine, maraton koşucularına, farklı beceri ve sesleri bir araya getiren ve bir bütünde dengeleyen orkestra şeflerine benzetilebilirler.

İyimser çok çalışan ve bağımsızlıktan tatmin duyan bireyler olan girişimciler, kendilerinin ve işletmelerinin başarısını sağlamak için risk alma yönünde güçlü bir değer yapısına ve planlamayı kullanma becerisine sahiptirler. Onlar bardağı yarı boştan ziyade yarı dolu görür, bütünlük için mücadele eder, ileride olmak için rekabeti arzular, ilerlemenin bir aracı olarak başarısızlığı kullanır ve kendilerine güvenirler. Girişimci her zaman bilinmeyenle ilgilenen, geleceği kucaklayan, olasılıklardan olanaklar yaratan ve kaosları uyuma çevirebilen yaratıcı kişiliğe sahip kişidir.

Görülebileceği gibi girişimciyi tek bir cümle ile tanımlamak basit ve kolay bir şey değildir. Ancak hemen herkesin üzerinde hemfikir olduğu belirleyici **girişimci kavramı üç önemli noktayı** içine alır. Bunlardan **birincisi** kendi yaşam tarzını değiştirme inisiyatifini kendi eline alabilme cesareti, **ikinci** kendisinin veya çevresindeki kaynak yetenekleri organize ederek veya yeniden organize ederek, sosyal ekonomik ve kişisel çerçevede anlamlı, farklı, değer yaratan, **üçüncüsü** hayal gücünü kullanarak, problemleri çözerek tüm bunların karşılığında maddi-manevi ödülü ve başarısızlığı (riski) göze alabilmedir.

3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Aşağıdaki bölümde girişimciliğin tarihsel gelişimi incelenmiştir. Klasik ve çağdaş yaklaşımlar ile Türkiye’de girişimciliğin gelişimi incelenmiştir.

3.1. Klasik Yaklaşımlar

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha büyük önem kazanmaya başlayan girişimcilik kavramı ortaçağdan günümüze kadar pek çok teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme hem de iktisat literatüründe en fazla ilgi çeken konulardan biri olmuştur. **İktisat teorisinde, girişimcilikle ilgili dört temel yaklaşım mevcuttur. Bu yaklaşımlardan ilki “gelir dağılımı” üzerine odaklanır ve ödül olarak kabul edilecek karın düzeyini belirlemeye çalışır. İkinci yaklaşım ise “tam rekabete dayalı piyasa süreçleri”nin önemini vurgular. Üçüncü yaklaşım ise Schumpeter’in “yenilikçi girişimci” vizyonu üzerine odaklanır. Bu yaklaşımda girişimciler, ekonomik büyüme ve dalgalanmayı düzenleyen “yaratıcı” unsurlar olarak kabul edilir. Son yaklaşım ise, girişimci ve firma arasındaki ilişkiye ilişkin olan ve “karar-verici” rolündeki girişimci, girişimcinin motivasyonunu ve çevreye ilişkin algılanması üzerine odaklanan bir yaklaşımdır.** Bu yaklaşım küçük ve yeni kurulan firmalara strateji oluşturma, pazar payı temin etme ve farklılaşmaya dayalı büyümeyi yönetme gibi önemli sorunlar üzerinde odaklanır.

Motivasyon bireyin, güdülerinin etkisiyle eyleme geçme ve gerçekleşme sürecine motivasyon adı verilmektedir. Ortaçağda girişimci kavramı büyük üretim projelerini yöneten bir kişiyi tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde girişimci, böylesine büyük üretim projelerinde herhangi bir risk üstlenmeksizin, kendisine hükümet tarafından verilen kaynakları

kullanarak projeyi yöneten kişiyi ifade ediyordu. Ortaçağın girişimcileri şato, manastır, katedral ve diğer büyük mimari yapılardan sorumlu olan rahiplerdi.

17.yy’da girişimci, bir hizmet sunmak ya da taahhüt edilen bir malı üretmek üzere hükümetle sözleşme yapan kişiydi. Yapılan bu sözleşmede yer alan fiyat sabit olduğundan, mal ya da hizmet üretimi sonucu meydana gelen kar ya da zarar girişimciye aitti. Bu dönemin girişimcilerinden birisi **Fransız John Law**’dı. Law çok büyük bir banka kurma izni almış olan bir girişimciydi. Law’ın yanı sıra girişimcilik literatürüne ve uygulamalarına katkıda bulunan pek çok kişi mevcuttur. Asağıda bu kişilerin katkılarından kısaca bahsedilecektir.

Richard Cantillon girişimcilik alanına büyük katkı veren, hatta “girişimci” kavramını iktisadi anlamda ilk kez kullanan kişidir. Cantillon’a göre girişimci, gelirlerin belirsiz, harcamaların ise belirli olduğu koşullar içerisinde faaliyet gösteren kişidir. Gelirin belirsiz olma nedeni, gelecekteki pazar talebini gerçekçi bir biçimde öngörmenin imkansızlığıdır. Bu anlamda “gelir”, satışlardan elde edilen gelirdir.

Cantillon iktisadi anlamda üç tür ögeden söz etmektedir:

1. Arazi sahipleri yani sermayedarlar
2. Girişimciler
3. Ücretle çalışanlar yani işçiler

Buna göre arazi sahipleri bağımsız, girişimciler ve ücretle çalışanlar yani işçiler ise bağımlı sınıfı oluşturmaktadır. Ücrete çalışanlar sabit bir gelir için çalışırken, girişimciler zenginleştikçe, sahipleri ortadan kalkarak arazileri satın alıp toprak sahibi olmaya başlarlar. Bu sebeple toplumu sınıf yapısı sabit değildir, değişir.

Jean Baptiste Say, Avrupa’da ekonomi alanının ilk profesörlerinden birisi olmanın yanında kendi işletmesini yöneten bir kişi olarak bilinir. Say, girişimci, hem üretimde hem de dağıtımda merkezi bir koordinasyon rolü üstlenmiş olan kişi olarak tanımlamıştır. Say’a göre girişimci, firma içerisinde hem koordinatör hem de lider veya yönetici rolleri üstlenir. **Say, bu bağlamda, girişimcinin yönetsel rolünü ilk vurgulayan iktisatçı olarak tarihe geçmiştir. Fransız iktisatçı Say’dan itibaren girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür. Böylece klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine girişimcilikte dahil edilmiştir.**

Girişimcilik literatüründeki neo-klasik yaklaşımın öncülerinden olan Alfred Marshall’a göre girişimcinin görevi mal ve hizmet üretmek ve aynı zamanda, yenilikler ve yöntemler sunmaktır. Girişimci, firma içerisindeki bütün sorumluluğu üstlenecek ve kontrol fonksiyonunu yerine getirecektir. Girişimci üretimi yönlendirecek, iş riskini üstlenecek, sermaye ve işgücünü koordine edecek ve bütün bunların yanı sıra, hem yönetici hem de işveren olacaktır. Dikkatli bir girişimci,

maliyetleri minimize etmeye yarayacak fırsatları arayacak, örneğin yeniliklere önem verecektir. Marshall'a göre, başarılı bir girişimcilik bazı beceriler ve yetenekler gerektirecektir.

Girişimcilik teorisinin en önemli kişilerinden bir diğeri ise, Joseph Schumpeter.

Schumpeter'in teorisi **yenilik kavramına** özel bir önem verir ve yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul eder. Schumpeter, bu anlamda, yenilik için beş olay tanımlar:

1. Müşterinin henüz tanımadığı yeni bir ürünü ya da mevcut bir ürünün yeni kalitesini ortaya koyma,
2. Yeni bir üretim tekniği geliştirme,
3. Ülkedeki herhangi bir üretim biriminin önceden girmedığı yeni Pazar bulma,
4. Yeni hammadde ve yarı-mamül kaynaklarının bulunması,
5. Herhangi bir endüstride yeni organizasyonların oluşturulması.

Böylesine bir yenilik, teknoloji, pazar ve ürüne ilişkin bilgilerin iyice anlaşıldığı varsayımına dayanır.

Schumpeter, girişimciyi “yenilikçi” bir kişi olarak tanımlayarak, teknolojiyi ve girişim kavramını bütünleştirmiştir. Girişimci kar elde etmeyi ister ve bu amaca ulaşmak için “yeni bileşimler” ya da yenilikler yaratır. Yeni girişimsel bileşimler ekonomideki mevcut dengeyi bozar ve yeni bir denge yaratır. Böylelikle yenilik, sürekli değişimi ve sürekli dengesizliği ifade eder.

Girişimci mutlaka bağımsız bir yönetici olmak durumunda değildir. Girişimci, her durumda “yeni bileşimler” yaratan kişidir. Schumpeter'in tanımında girişimci, riski üstlenen ya da sermayeyi ortaya koyan kişi olarak değil, yenilik yaratan ve liderlik yapan bir kişidir. Karın miktarı, doğrudan, girişimcinin verimliliği ile ilişkilidir.

Girişimciliğin tarihsel gelişimindeki önemli yazarlardan birisi olan **Thomas C.Coachran** ekonomik değişimde girişimci faktörlerini analiz etmiştir. **Coachran, özellikle ekonomik değişim sırasındaki sosyal modelleme ihtiyacı üzerine odaklanmıştır.** 1920'li yıllarda başlayan psikoloji alanındaki gelişmeler, eski ahlaki değerleri zayıflatmış ve çağdaş aileler Freud'cu ve Davranışçı Yaklaşımları benimsemiştir. Bu dönemde öğrenci ya da toplumu merkeze koyan okullar, iyi okullar olarak kabul görmüştür. Sonuçta yeni yetişen yeni yönetici jenerasyonu, daha az kural ve ilkeyle, ancak, çevreleriyle daha fazla etkileşimde bulunarak eğitilmişlerdir.

Meydana gelen bu değişim, Amerikan girişimciliğin işbirlikçi olma ve ekip çalışması gibi unsurlarının önemli olduğu, büyük ölçekli kitle üretimi yapan şirketlerin ihtiyaçlarına yanıt vermiştir.

Thomas C. Coachran'a göre son 150 yılda işletme yöneticileri, önemleri ihmal edilemeyecek üç değişimle karşı karşıya gelmiştir. Girişimciliğin Amerika'da daha hızlı bir biçimde gelişmesine neden olan bu üç tür değişim aşağıdaki gibi özetlenebilir.

1. Hızlı Sanayileşme: 19. yy'ın ilk yarısında ortaya çıkan makineleşme olgusuna, Amerika çok hızlı bir biçimde uyum sağlamış ve bu anlamda Avrupa'nın önüne geçmiştir. Hızlı

sanayileşmenin yanı sıra, Amerikalı müşterilerin zanaatkarlığa fazla değer vermemeleri ve özellikle yerli mallarda ucuzluk ve kullanılabilirlik araması girişimciliğin gelişmesini etkileyen faktörler olmuştur. Amerikalı yöneticiler bu dönemde, kendi ayakları üzerinde durma, yabancılarla işbirliği içerisine girme, kişisel olmayan ilişkiler kurma, farklı durumlara uyum sağlama ve toleransa yatkınlık gibi girişimsel özellikleri kazanmaya başlamışlardır. 19. yy başlarında, Amerika'da girişimcilerin rolü, sosyal ve ekonomik değişimdeki en önemli unsurlardan birisi olmuştur.

2. Profesyonel Yönetimin Önem Kazanması: Girişimciliğe dayalı değişimin ikinci önemli unsuru, işletme sahipliğinin profesyonel yöneticilik ile yer değiştirmesi, yani büyük şirketlerde profesyonel yönetimin yükselişi şeklinde açıklanabilir. İş ahlakı alanındaki gelişmeler, iş görenlerin yeteneklerine göre yükselmesi, açık ve düzenli iletişim kanalları ve yönetsel işbirliği gibi uygulamalar modern ve büyük işletme sahiplerinin gelişimini güçlendirmiş ve bir anlamda ortaya çıkan problemlerin çözümü olarak düşünülmüştür. Amerikalı yöneticilerin çocukluktan itibaren öğrendiği işbirliği ve bireycilik girişimcilik için iki önemli unsur olmuştur.

3. Kitle Üretimin Yapılması: Üçüncü önemli değişim ise gelişmiş kitle üretim tekniklerinin hızlı bir biçimde gelişmesidir. 1900'lü yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Almanya ve İngiltere'ye oranla daha büyük-ölçekli üretim teknikleri ve daha büyük şirketler ortaya çıkmış ve kitle üretimi daha yaygın bir hale gelmiştir.

Girişimcilik literatüründe en göze çarpan isimlerden biri olan **David Mc Clelland, toplumun ekonomik gelişmesinin bireysel girişimciliğe** bağlı olduğunu savunmuş, yüksek derecede başarı güdüsüne sahip olanların fazla bulunduğu toplumların ekonomik gelişmeyi başardıklarını ileriye sürmüştür. Deneysel çalışmalar başarı güdüsünün davranışsal sonuçlarını şöyle özetlemektedir:

1. Başarı güdüsü ile gerçek iş başarısı arasında olumlu bir ilişki vardır. Yüksek başarı güdüsü olan kişiler, daha iyi iş başarısı gösterirler.
2. Bu kişiler, kusursuzluğu, ödüllendirmekten çok kendi gelişmeleri için isterler. Kendilerine para sunulduğunda zorlu çalışmazlar. Rollerini saygınlıktan çok kusursuzluk temeline göre değerlendirirler. Kendilerine iş ortağı olarak arkadaş değil, uzman kişileri seçerler.
3. Yüksek başarı güdüsüne sahip bireyler, çabalarının sonuçlarından kişisel sorumluluk yüklenebilecekleri durumları yeğlerler. İşi şansa, kadere ya da talihe bırakmaktan çok, kendi rotalarını denetlemek isterler. Diğerlerinin fikirlerinden çok, kendi değerlendirme ve tecrübelerine dayanan bağımsız yargıda bulunma eğilimindedirler.
4. Çeşitli seçeneklerin başarı olanaklarını dikkatle inceleyerek amaçlarını belirlerler. Bu amaçlar, ne başarıyı garantileyecek, ne de başarısızlık doğuracak derecede olmayan ortalama amaçlardır.

5. Yüksek başarı güdüsüne sahip bireyler, orta ya da uzun vadeli gelecekle daha çok ilgilenirler. Daha uzun vadeli bakış açılarına sahiptirler. Gelecek beklentileri daha fazla olup, geleceğin daha büyük ödülleri, şimdinin küçük ödülleri üstün tutarlar.

Zamanın çabuk geçtiğinin bilincindedirler ve bu nedenle her şeyi yapabilecek yeterli zamanları olmadığını bilirler. Son olarak amaçlarına yönelik gelişmeyi denetleyebilmek için hemen, düzenli ve somut geriye bildirim elde etmek isterler.

Özetle David Mc Clelland, girişimciyi, enerjik ve orta düzeyli risk almaya eğilimli kişi olarak tanımlamaktadır.

Frank Knight, girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunmuş ve girişimcilik literatüründe göze çarpan bir diğer kişi olmuştur. Knight, risk ve belirsizlik arasındaki farkı ortaya koyan ilk kişidir ve Cantillon'un girişimcilik teorisini genelleştirmiştir. Bunun yanı sıra, Knight, başarılı bir girişimci olmak için gereken özelliklerin ve motivasyonun analizini de yapmıştır. **Knight'a göre başarılı bir girişimci olmak için, belirsizlik üstlenme ve yargısal karar vermede başarılı olmak gerekir.** Gerçekten de Knight'ın belirsizlik teorisi yönetici ve girişimci arasındaki sınırı oluşturur. Belirsizlik durumunda diğer insanları yönlendirecek kişilerde şu özellikler olmalıdır:

1. Bilgi ve Yargılama,
2. İhtiyat (herhangi bir konuda, ileriye düşünerek ölçülü davranma)
3. Üstün Yönetmel Yetenek,
4. Güven.

Kinght'a göre girişimciler ekonomideki gelişmelerden sorumludur. Başarılı girişimcilik, girişimsel becerinin yanı sıra iyi şansa bağlıdır. Girişimciler kar ile ödüllendirilir. Başka bir deyişle kar, bir anlamda, belirsizlik üstlenmenin ödülüdür.

Özetle, Kingt'a göre girişimci, her türlü belirsizliği üstlenerek topluma katkı veren kişidir. Girişimcilik risk üstlenebilme yeteneği yanı sıra, çalışanlara garanti edilen ücretin ödenmesini sağlayacak yeterli sermayeye sahip olma şartını da gerekli kılmaktadır. Girişimsel karın yanı sıra, prestij ve iş tatmini ile ödüllendirilir.

3.2. Çağdaş Yaklaşımlar

Son yıllarda girişimcilik alanına katkı veren pek çok yazar olmuştur. Bunlar G.L.S. Shackle, Israel Kirzner, Marc Casson, Gartner ve R. Hisrich'dır.

Shackle, belirsizlik şartlarında karar vermenin ruhsal yönü ile ilgilenmiş ve bir girişimciyi aynı bir artist gibi, "yaratıcı" olarak tanımlamıştır. Girişimci, hislerini, anlam ve durumuna ilişkin algılamalar ile renklendiren kişidir.

Israel Kirzner, Competition and Entrepreneurship adlı eserinde girişimci konusundaki fikirleri ifade etmiştir. Kirzner'e göre girişimcilik sürecinin iki anlamı vardır;

1. Girişimsel Rekabet,
2. Girişimsel Keşifler,

Kirzner'e göre girişimciler, keşif yapma ve kar fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan kişilerdir ve pazardaki dengeleyici güçlerdir. Girişimcinin özel bir yeteneğe ya da kişiliğe ihtiyacı yoktur. Girişimcinin ihtiyaç duyduğu tek şey özel bir bilgi, yani “bilgi için nereye bakacağını bilmektir”.

Marc Casson, 1982 yılında yazdığı *The Entrepreneur: An Economy Theory* adlı eserinde kıt kaynakların koordinasyonuna ilişkin kararlara ve yargılara dikkat çekmiştir.

Casson, girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonunda yargısal kararlar verme konusunda uzmanlaşmış kişi olarak tanımlar ve yargısal kararların çok önemli olduğunu ifade eder. Bu tür kararlarda aynı amaçları paylaşan ve benzer koşullar altında yaşayan farklı insanların, farklı kararlar vermesi beklenir. Farklı kararlar verilmesinin nedeni ise bu kişilerin farklı bilgilere sahip olması ya da farklı algılanmaların olmasıdır. Bu nedenle girişimci farklı yargılara sahip bir kişidir.

Gartner, girişimciliği yeni örgütlerin yaratılması olarak tanımlarken, Robert **Hisrich**, **Girişimcilik sürecini** tanımlamış ve bu süreçte, zaman ve enerji harcayarak farklı bir değer yaratma, finansal, psikolojik ve sosyal riskler üstlenme ve sonuçta parasal ödüller ile kişisel tatmin elde etmekten söz etmiştir.

3.3. Türkiye’de Girişimcilik

Günümüzde değişim süreci önemli ölçüde hızlanmıştır. Değişimin hızı sadece teknolojik alanda değil, ekonomik ve sosyal alanlarda da kendini göstermektedir. Dünyadaki hızlı değişime ayak uydurmak ve toplumsal refahı artırmak ancak ve ancak girişimcilik olgusuna gereken önemin verilmesiyle mümkün olacaktır. Çünkü bu olgu bireysel olarak kişilerin başarısından çok, ulusal ekonominin gelişmesine ve başarısına katkıda bulunacaktır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte en önemli üretim faktörü insandır. Günümüzde insan faktörünün fiziksel gücü yerine fikri gücü önem taşımaya başlamıştır. Bu durum ise eğitimin, nitelikli iş gücü sağlanmasındaki önemini belirtmektedir. Ülkemizde girişimciliğin geliştirilmesinde eğitimin yanında önemli olan bir diğer faktör ise girişimciliğin özendirilmesini sağlayacak vergi düzenlemeleri ve teşvik tedbirlerinin olmamasıdır. Ayrıca ülkede yaşanan belirsizlik ve sürekli değişen ekonomik politikalar girişimcilik olgusunun geliştirilmesinde bir rol oynamaktadır. Geniş bir perspektiften bakıldığında, Türklerin yerleşik toplumsal düzene geçmeleriyle birlikte ticari ve sanatkarlık konularına girdikleri; bununla birlikte Osmanlı dönemine gelindiğinde ticaretten uzaklaşarak, tarım, hayvancılık, askerlik gibi uğraşlara yöneldikleri görülmektedir. Osmanlılardan başlayan süreçle ticaretten uzaklaşan Türk toplumu, daha sonraki dönemlerde sosyal ve kültürel düzeyde ticaretin altyapısı ve kültürü oluşturma

bakımından gelisme göstermistir. Müslüman Türkler gerçek manada ekonomik faaliyetlerle 2. Mesrutiyet'ten sonra ilgilenmeye başlamışlardır.

3.3.1. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi

Cumhuriyetin ilan edilmesinden 9 ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir’de toplanan I. ktisat Kongresi’nde alınan ilke kararlardan biri de Türk insanından girişimci yaratmak olmuştur. Bu ilkenin uygulanması 1930 yıllara kadar sürmüştür.

1932 yılı temmuzundan itibaren devlet öncülüğünde başlatılan sanayileşme hareketi, oldukça başarılı sonuçlandırılmıştır. Cumhuriyet tarihinin hiçbir döneminde sanayi sektörü, 1930-1939 dönemindeki büyüme hızına ulaşamamıştır.

1960-1970’li yıllar Türkiye’de özel girişimciliğin gelisme gösterdiği dönemdir. Bu dönemde üretim artışı temel bir hedef olarak belirlenmiştir. 1960-1980’li yıllar arasında ise girişimcilik olgusu çeşitli olaylar sonucunda olumsuz etkilenmiştir. Belirtilen dönemde üç askeri darbe, iki reform hükümeti ve çeşitli koalisyonlar ve bunlara ilaveten I. ve II. Petrol sokları belirsizlik ortamı yaratmıştır.

1980’li yıllar ise piyasa ekonomisine geçiş ve dünya ekonomisiyle entegrasyon sağlanması amacıyla birçok yeni ekonomik politikaların uygulandığı bir dönem olmuştur. Girişimciliğin yaygınlaştırılması konusunda oldukça iyimser gelişmeler kaydedilmiştir. 1980 sonrası uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen girişimcilik ortamlarında ülke insanının çok başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. Gençler arasında girişimcilik ve iş adamlığı bir meslek olarak tercih sırasında en üstte yer almaya başlamıştır.

1980’li yıllardan sonra tüm dünyada piyasa ekonomisinin yayılması, uygulanan politikalar ile devletlerin küçülerek hem ekonomik hem de sosyal alanlardan çekilmeye başlaması da girişimciliğin önem kazanmasında ön plana çıkmıştır. Bunlara ek olarak, öğretim kurumlarında hızla artan ve gelişen girişimcilik eğitimi, girişimcilik konusunun daha anlaşılır olmasına ve bilinçlenmenin artmasına çok büyük bir katkıda bulunmuştur.

Konuyu bin yıllık bir perspektif içinde değerlendirecek olursak, Türklerin Orta Asya’dan gelip Anadolu’ya yerleşmeye ve dolayısıyla göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeye başlamalarından itibaren ticaret ve bilhassa sanatkârlık (zanaatkarlık) konularında oldukça aktif olduklarını görüyoruz. Nitekim Selçuklular döneminde ve Osmanlıların kuruluş döneminde bir esnaf-sanatkâr örgütü olan Ahilik teşkilatının son derece etkin başarılı olduğu, hatta Osmanlıların kuruluş ve yükselme dönemlerinde bu örgütün askeri ve politik bakımdan da etkili olduğunu görüyoruz. Fakat Osmanlıların imparatorluk döneminde adeta imparatorluğu oluşturan toplum grupları arasında bir iş bölümüne gidilerek Türklerin ticaret işi dışında bırakıldığını gözlemliyoruz. Ticaret işini Osmanlı imparatorluğu içinde daha ziyade Rum, Yahudi ve Ermeniler üstlenirken, Türkler askerlik, ulemalık,

bürokratik ve hayvancılık ile tarım gibi işlere yönlendirilmişlerdir. Dolayısıyla Türk toplumu yedi sekiz nesli kapsayan çok uzun yıllar ticaretin dışında kalmış ve Türk toplumunda gerek sosyo-kültürel ve gerekse etik açıların arzu edilen ölçüde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşturulmamıştır. Ancak imparatorluğun son dönemlerinde ve özellikle de İttihat ve Terakki döneminde “iş adamı yapma ve tüccar yapma” konusunda önemli gayretlere girişildiğini görüyoruz.

Ülkemizde istihdamın büyük bir bölümünü KOBİ’ler tarafından karşılandığı düşünülürse girişimciliğin önemi hem istihdam hem de üretim açısından karşımıza çıkacaktır. Girişimciliğin ekonomik gelişmede önemli bir faktör olduğu birçok araştırmada vurgulanan husustur. Girişimcilik, işletmeciliğin ve toplumun yapısında bir değişimi başlatır ve geliştirir. Bu değişim ve gelişmeyi kolaylaştıran anahtar yenilikçiliktir. Yenilikçilik, hem Pazar için yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlamakta, hemde kurulacak yeni işletmelere yatırımın ilgisini tetiklemektedir.

3.3.2. Girişimciliğin Ekonomik Gelişime Katkısı

Girişimcilik özellikle 1980’li yıllar ile büyük bir popülerite kazanmıştır. Bu dönem birçok ülkenin girişimciliği teşvik etmek ve ekonominin lokomotif durumuna getirmek üzere devlet programları hazırladıkları, alt yapılarını artırmaya çalıştıkları görülmektedir. Dünya girişimcilik platformu tarafından ülkeler arasında yapılan araştırma yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ortalama ekonomik büyümenin üzerinde gelişme gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Girişimciliğin ekonomik gelişme açısından katkısını inceleyen araştırmacılar, uzun yıllar bu konu üzerinde durmuştur. **Schumpeter, girişimcilikle** ortaya atılan yeniliklerin ilgili sanayi dallarında varolan dengeleri ve durgunluğu kırarak kımıldamalar ve sıçramalar oluşturacağını ve yaratıcı yıkım olarak adlandırdığı bu oluşumun ekonomik gelişmenin kaynağını teşkil edeceğini ifade etmiştir.

Girişimcilik faaliyeti olmadan, sürdürülebilir ekonomik gelişmeden söz etmek mümkün değildir. Bir ekonomide ne kadar fazla girişimcilik olursa, o kadar fazla ekonomik gelişme sağlanabilir. Girişimcilik ile ekonomik gelişme arasındaki ilişki aslında ilk bakışta görülebilecek düzeyde ortadadır. Diğer koşullar sabit olmak üzere, çok fazla girişimcinin bulunduğu bir ekonomide, mevcut kaynakların söz konusu girişimciler tarafından etkin bir şekilde birleştirilip, verimli amaçlara yönelik kullanılacağı düşünülürse girişimciliğin ekonomik yönü kolaylıkla ortaya çıkacaktır.

Sonuç olarak girişimciliğin ekonomik gelişme içerisinde oldukça önemli bir role sahip olduğu söylenebilir. Devamlı yeni fırsatları kovalayan ve yenilik yaratma adına yeni fikir, ürün ve hizmetler meydana getirmeye çalışan girişimciler sayesinde ekonomi dinamik bir yapı halini almaktadır. Buna göre, yenilikçilik ve girişimcilik ekonominin yaratıcı sürecinin merkezinde yer almakta, büyümeyi hızlandırmakta, verimliliği artırmakta ve yeni iş olanakları yaratmaktadır. Ayrıca girişimcilik faaliyetleri sonucunda oluşan yeni pazarlar, endüstri kolları ve yeni iş sahaları istihdam olanağını

artırmakla beraber, çalışanların üretkenliğe yönetilmesi sonucu hem o bölgenin yerel ekonomisi hem de ülke ekonomisi gelişimini sürdürebilmektedir. Bu bağlamda genel işgücü profili içerisinde özellikle ülkemiz gibi genç ve kadın iş gücü potansiyeli yüksek bir ülkenin, girişimcilik faaliyetlerine gereken önemi vermesi, gereken teşvik ve tedbirleri alması, girişimciliği özendirmek ve girişimcileri de cesaretlendirmek adına yapılması gerekenleri ivedilikle, ancak planlı bir devlet politikası şeklinde ele alması beklenmektedir.

4. Girişimciliği Belirleyen ve Etkileyen Faktörler

Çalışmanın bu bölümünde girişimciliği belirleyen ve etkileyen faktörler incelenmiştir.

4.1. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler-Girişimcilikle İlgili Yaklaşımlar

Girişimcilik, uzun yıllardan beri entelektüel ve akademik çalışmalara konu olmakla birlikte, disiplinler arası niteliği farklı bakış açılarıyla ele alınmasına neden olmuştur. Bu farklılık, girişimci olmayı belirleyen faktörlere de yansımıştır. Bu nedenle girişimci olmayı belirleyen faktörler, bireysel, çevresel ve örgütsel/kurumsal yaklaşımlar açısından incelenmiştir.

4.1.1. Bireysel Yaklaşım

Bireysel yaklaşımı benimseyen araştırmacılar, daha çok psikolojik, demografik ve kişilik özellikleri üzerinde durarak girişimciyi açıklamaya çalışırlar. Bu yaklaşıma göre girişimcilerin eşsiz; değer, tutum ve ihtiyaçları vardır. Bu nedenle psikolojik etki, kişilik özellikleri ve bireyin yaşadığı deneyimler girişimci olmayı etkiler. Bireysel yaklaşımın üzerinde durduğu önemli bir nokta bireyin kişilik özellikleri; yüksek motivasyon, kendine güven, yüksek enerji, yenilik ruhu, yüksek başarı beklentisi, içsel kontrol odağı, sabır, risk alma, kendini yönlendirme, yüksek otonomi, bağımsızlık ihtiyacı ve çevreyi etkileyecek faaliyetleri yapmaya daha yatkın olmayı belirten proaktif kişilik davranışı olarak sayılabilir. Bireysel yaklaşıma göre bu tür davranışları sergileyen kişilerin girişimci olma olasılığı daha fazladır.

Bireysel yaklaşım açısından, demografik değişkenler de girişimci olmada önemli rol oynar. Örneğin ailede ilk çocuk olanların, erkeklerin, eğitim düzeyi yüksek olanların ve girişimci ailede doğanların girişimci olma ihtimalleri daha fazladır. Yine yaş, medeni durum, sosyo-ekonomik statü, ailenin gelir durumu gibi birçok faktör girişimci olmayı etkiler.

Bireysel yaklaşımı benimseyen bazı araştırmacılar, girişimcilerin büyük bir insan olarak doğduğunu ve bir şekilde büyük şeyler yaptığını vurgular. Bu yaklaşımın savunucularına göre girişimci bireyler, topluma aykırı bireylerdir. Girişimcilerin kişiliğinde sosyal uyumsuzluk vardır. Sosyal uyumsuzluğa sahip olan bireyler, sosyal duruma uyum sağlayacak yenilik ve yeni organizasyon oluşturmaya daha fazla motive olurlar. Bireysel düşüncede psiko-dinamik yaklaşımlar da vardır. Olguya psikodinamik açıdan yaklaşanlar, davranışların amaç yönelimli olduğunu ve kişinin içerisindeki bir güç tarafından harekete geçirildiğini savunurlar. Çoğu davranış, bilinçaltından

kaynaklanır. Örneğin çocukluk deneyimi kişilik gelişiminde önemli rol oynadığı için girişimci olmayı belirleyen bir faktördür. Anne ve babanın aile içi sosyal ilişkilerde demokratik bir yapıya sahip olmaları durumunda, çocuğun rahat yetişmesinin sağlandığı, bu rahatlık sonucu objektiflik kazandığı, rasyonel davrandığı, daha aktif olduğu ve başkaları ile daha kolay sosyal ilişki kurduğu gözlenmiştir. Girişimciliğe bireysel yaklaşım, metodolojik açıdan kusursuz olmadığı gibi esnek bir özellik de gösterir. Çünkü araştırmacılar, girişimciyi, farklı psikolojik ve kişilik özellikleri yükleyerek tanımlamaya çalışmıştır.

4.1.2. Çevresel Yaklaşım

Bu yaklaşım, olguya geniş açıdan bakarak, girişimci olmanın temelinde bireysel özelliklerle, girişimcilik kararını etkileyen çevresel özelliklerin karşılıklı etkileşiminin yattığını savunur. Çevresel yaklaşımın altında yatan varsayıma göre girişimcilik; sosyal, politik, ekonomik, teknolojik ve kültürel koşullara bir tepkidir. Girişimsel davranışı bu koşullarla birlikte kişisel geçmiş, deneyim, kişilik, yetenek ve beceriler etkiler. **Çevresel yaklaşıma göre girişimciler planlı ve niyetli davranır. Bu şekilde davranma girişimciliğin kumar olmadığını ve kişisel ve çevresel faktörlere bağlı olarak ortaya çıktığını gösterir.** Bu yaklaşım, girişimciliğin ilk adımını; yaşam stili, iş deneyimi, destek sağlama, politik koşullar, iş tatminsizliği, yetiştirme tarzı, eğitim tercihi, arkadaşlık ve toplum sevgisi, mensup olunan sosyal sınıf, işin yapısı, iş ilişkileri, gelir düzeyi, emeklilik imkanları gibi birey açısından itici veya çekici özellikleri olan sosyal, kültürel ve ekonomik faktörlerin sonucuna bağlar. **Çevresel faktörler içerisinde insanı en fazla etkileyen faktör, yaşanan toplumun kültürel özellikleridir.** Kültür, sosyal sınıf üyeliği, aile ve arkadaşlar kişiliği etkileyen faktörler içerisinde yer alır. Her birey kendi kültürü tarafından yoğun bir şekilde etkilenir. Bu nedenle de ekonomik etkinlikler yerine getirilirken, toplumdaki değer ve normlar girişimcileri etkiler. Değer ve normları ise büyük ölçüde kültür belirler. Davranış standartları kültür kavramı içerisinde şekillenir. Girişimsel etkinlik, kültürel değer ve inanç farklılıkları nedeni ile ülkelerdeki davranış standartlarından birisi olabilir veya olmayabilir. Çünkü bir kültürde önemli görülen bir değer diğer kültürde önemli görülmemeyebilir. Yine toplumun sosyal kurumları girişimsel değer sisteminin oluşmasında etkili olan faktörlerdir. Çünkü sosyal yapıyı düzenleyen temel kural ve olgular topluluğu olarak tanımlanan bir toplumun sosyal kurumlarının (din, devlet, aile, eğitim, vb); bireylerin davranışını düzenleme, bireyi, topluma hazırlama ve bireyle kurum arasındaki geleneksel ilişkiyi tayin etme fonksiyonları vardır. Mc Clelland da toplumda çalışma ahlakı ile girişimci davranış arasında bağ kurmuştur. Ona göre girişimcinin temel özelliklerinden birisi olan “başarma ihtiyacı” üzerinde toplumdaki ahlaki ilkelerin önemli etkisi vardır.

Sosyal kurumların özelliklerinden etkilenen kültür bireyin inanç, değer, tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Girişimciliğin, bireyin inanç ve tutumlarıyla ilişkili bir kavram olduğu göz önünde

bulundurulursa, kültürün girişimci olmayı belirleyen önemli bir etken olduğu daha net bir şekilde görülebilir.

Kültürün (güç ilişkileri, cinsiyet tutumları, zaman yönelim ya da algıları vb) boyutları bireylerin ailede, okulda ve mesleklerinde yaptıkları değer, tercih ve davranışları ile açıklanabilir. Kültürün boyutlarını ülkelerde gözlemlemek mümkündür. Örneğin; ülkemiz kültürü ortaklaşa davranışı bireyciliğin önünde tutan, belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek olan geniş bağımlı bir kültürdür. Bu kültürel özelliklerin, ülkemizdeki girişimcilik kültürünün gelişiminde engelleyici bir rol oynadığı söylenebilir.

Kültürel farklılıklar nedeni ile her çağ ve her toplum kendi girişim modelini üretir. Günümüzde bile girişimciliğin dünya çapında aynı olmamasının temelinde bu yatmaktadır.

Sonuçta, tek başına kişilik veya psikolojik özelliğin girişimciliği açıklamada yetersiz olduğu söylenebilir. Başka bir ifade ile girişimciliğe uygun kişilik özelliği olsa bile çevresel faktörler ve bu faktörlerin en önemlilerinden biri olan kültürdeki inançlar, değerler, kişiler arası ilişkiler, yenilik, risk alma, başarı, kendine güven ve bağımsızlık gibi bireysel özelliklere ilişkin tutumlar nedeniyle girişimsel davranışın ortaya çıkmasını destekleyebilir veya engelleyebilir.

4.1.3. Firma Yaklaşımı

Girişimcilik, yeni bir işletme oluşturma yanında var olan bir işletme içerisindeki birimleri harekete geçirmeyi de içerir. Firma yaklaşımı olguya bu açıdan bakarak, var olan işletme içerisinde yapılan faaliyetlere odaklanır. Başka bir ifade ile girişimciliği yöneticiliğe yaklaştıran bu bakış açısına göre, var olan bir işletmede yapılan faaliyetler de girişimci olmayı belirler.

Girişimcinin kurmuş olduğu organizasyonun yaşaması ve büyümesi, girişimcinin özelliklerine bağlıdır. Bu girişimcinin, yönetsel özelliklere de sahip olması anlamına gelir. Çünkü dinamik bir süreç sonucunda oluşan her bir girişimin; başlangıç, büyüme, olgunluk ve istikrar devreleri vardır. Başka bir ifade ile girişimci bir birey sadece bir girişimi başlatmaz, onun ötesinde büyütür ve geliştirir. Bu nedenle girişimci olabilmek, başarılı bir yöneticide olan özelliklere sahip olmayı da gerektirir.

Başarılı bir yöneticide bulunan özellikleri taşıyan birey, ne bildiğini veya ne bilmediğini bildiği için, hangi becerilere ihtiyacı olduğunu ve sahip olduğu becerilerin ne ölçüde değerli olduğunu farkındadır. Girişimci bir birey, yeni bir işletme kurduktan sonra, gelecekteki değişim isteklerini ele aldığı bir girişimsel düşünce süreci içerisinde girişimci olarak kalabilmek için; değişimi arzulama, yenilik yapma ve risk alma gibi özellikleri korumak ve yeniliği reddeden bürokratik kimliğe dönüşme tehlikelerinden uzak kalmak önemlidir. Çünkü birey, girişimsel yönetim süreci boyunca “girişimci”, “tatmin olan yönetici”, “hayal kırıklığına uğrayan yönetici” ve “klasik bürokrat” şeklinde 4 ayrı kimlikle karşı karşıyadır. Girişimci kimlikte, değişim ve yenilik vurgulanırken, klasik

bürokrat ve tatmin olan yönetici kimliğinde statükoyu koruma vurgulanır. Girişimci kimlik kazanabilmek ise, hem girişimci hem de yönetici bakış açısına sahip olup, yönetim faaliyetlerinde de başarı sağlayarak, işletme içerisinde değişim ve yeniliği destekleyen bir iklim oluşturmak ve sürdürmekle mümkündür. Bu nedenle girişimci olabilmek girişimci özelliklerinin yanında, yönetici özelliklerini de gerektirir. Girişimcilerin, başarıları açısından yönetici özelliklerine sahip olmaları bir zorunluluk olmakla birlikte girişimciler, geleneksel yönetici değildirler. Fırsatları açıklamak için, aktif değişimi arayan girişimci, finansal güvenliğini riske atar. Girişimci ve geleneksel yönetici stratejik sorulara da farklı perspektiften yaklaşır. Girişimcinin stratejik vurgusu kaynak varlığından ziyade fırsat algısıdır. Bu nedenle girişimci önce fırsatlara sonra kaynaklara odaklanır. Geleneksel yöneticinin temel motivasyon aracı terfi ve geleneksel ödüllerken, girişimcinin temel motivasyon aracı bağımsızlık, kar, yenilik ve yaratıcılıktır. Geleneksel yönetici kısa vadeli amaçlara, düşük risk ve başarısızlıktan kaçınmaya önem verirken girişimci uzun vadeli amaçlara, doğrudan bağlılığa ve ölçülü risk almaya önem verir.

4.2. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler

Yapılan araştırmalar, girişimcilerin deneyimi ve yeni fırsatların ortaya çıkışıyla, çabuk davranma becerisinin söz konusu olduğunu, girişimcilerin yetenekleri ile faaliyetleri arasında büyük bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu anlamda ülkeler, hem girişimsel fırsatlara, hem de bu fırsatları değerlendirebilecek rasyonel düşünebilen girişimcilere ihtiyaç duyar. Buna bağlı olarak, kişilerin girişimci niteliklerini artırabilmek ve girişimciliği geliştirebilmek maksadıyla girişimciliği etkileyen unsurları bilmek önemlidir.

Bir girişimci için girişime başlama kararı, süregelen bazı alt kararlar almayı gerektirir. Bu kararlar;

1. Var olan hayat koşullarını ve yaşam tarzını terk etme
2. Girişimci olma arzusuna sahip olunduğu konusunda karar verme
3. Hem iç, hem de dış faktörlerin, girişimci olma konusunda imkan sağladığı konusunda karar verme.

Bu kararları verebilme konusunda büyük etkisi olan faktörler **demografik faktörler, sosyal faktörler, psikolojik faktörler olarak ve bunların dışında kalan faktörler olarak dört ana başlık altında toplanabilir.** Kişisel faktörlerin içeriğini, yaş, medeni hal, cinsiyet, gelir durumu ve eğitim oluşturmaktadır. Sosyal faktörler ise kültür ve toplum, aile ve dini değerler olarak ele alınabilir. Tüm bunların ötesinde Mc Clelland'ın araştırmaları temel alınarak, güç, başarı ve bağlılık güdülerinin de girişimcilikte ne derecede etkili olabileceği araştırılmalıdır.

4.2.1. Demografik Faktörler

Yaş: Yaş insanın hayattan beklentilerinin önemli bir belirleyicisidir. Girişimde bulunmak söz konusu olduğunda, hayata yeni atılan bir gencin alabileceği riskle hayattan beklentisi azalmış emekliliği gelmiş bir insanın alacağı risk oranı daha azdır. Çünkü insanlar yaşlandıkça sakin, az stresli, çalışma saatleri az ve zarara uğrama riski olmayan bir hayat yaşamak isterler. Yetenekli bir genç insan ise yaşlı bir insana göre girişimcilikle ilgili başarısızlığı daha kolay göze alabilir.

Yapılan bazı araştırmalarda yaş ve girişimde bulunma süreci incelenmiştir. Çoğu girişimcinin 22 ve 55 yaşları arasında ortaya çıktığı görülür. Genellikle erkek girişimciler ilk önemli işletmelerini 30'lu yaşların başında, kadınlar da 30'lu yaşların ortalarında kurma eğilimindedirler.

Medeni Hal: Evlilik kurumu insanlar için önemli bir unsurdur. Bekar bir insanın taşıdığı sorumlulukla evli bir insanın taşıdığı sorumluluk aynı değildir. Çünkü evli insanın bir eşi ve varsa çocukları vardır. Bu anlamda insan evlenince sorumluluğu genişler. İnsanlar evlilikle birlikte, yeni bir iş kurmanın riskini ve getireceği stresi göze almak istemeyebilirler. Girişimde bulunma yalnızca girişimcinin kendisini değil, çevresini de etkiler.

Yeni kurulan bir işletmenin başarıya ulaşması elbette garanti değildir. Elde edilecek başarı ancak belirli bir olasılıkla tahmin edilebilir. İnsanlar, kendilerinin ve ailelerinin geleceğini düşünerek, kendilerini güvende hissettikleri ve maaş aldıkları bir işi, kendilerini cezbeden bir iş fikri uğruna terk etmek istemeyebilir. Ancak evli ve çocuk sahibi olmayan bir kimse çocuğu olana göre, başarısızlığa uğrama riskini daha kolay göze alabilir çünkü bakmakla sorumlu olduğu bir ailesi yoktur. Bu bakımdan medeni hal de, girişimde bulunma üstünde etkili olabilecek bir faktör olarak ele alınabilir.

Cinsiyet: Neden karşılaşılan çoğu girişimci erkektir? Cinsiyet unsurunun girişimcilik üstünde ne gibi bir etkisi olabilir? Bunun en önemli nedenlerinden birisi, girişimciliğin uzun çalışma saatleri anlamına gelmesidir. Bireyin kendi kendinin patronu olması, istediği zaman çalışıp istediği zaman çalışmaması anlamına gelmez. Bazen girişimci olmak, her hangi bir işletmede ücretli çalışmaktan çok daha fazla emek gerektirir. İnsanın kendi işletmesi söz konusu olduğunda, daha fazla özen göstermesi, kendi işini riske atmamak için mümkün olduğunca detayların peşine düşmesi çok çalışması doğaldır. Bu da harcanması gereken daha fazla emek ve daha fazla zaman anlamına gelir. Toplumumuzda kadınlara yüklenen pek çok rol vardır. Bunların en önemlisi anneliktir. Ev hanımlığı, iyi bir eş olmak da kadınların diğer rolleri arasındadır. Elbette çalışan bir kadın olmak da bu rollerin kadına yüklediği yüklerle birlikte daha da güçleşir. Girişimci olmanın verdiği sıkıntı, stres, risk ve uzun çalışma saatleri de söz konusu olduğunda hanımların kendi işletmelerini kurmak istemesine daha az rastlanır. Cinsiyet faktörü, bireylerin kendi işletmelerini kurmak isteme nedenlerinde de etkilidir. Kişinin kendi kendinin patronu olmak arzusu, hem erkek hem de kadın girişimcilerin sosyal, psikolojik ve finansal tüm riskleri ve uzun saatler boyunca çalışmayı kabul etmesidir.

Girişimcilik açısından kadınların ve erkeklerin özellikleri genellikle çok benzer olsa bile, bazı açılardan kadın girişimciler farklı güdülere, yetenek düzeyine ve geçmişe sahiptir. Erkek girişimcileri sıklıkla motive eden kendi hayatlarını kontrol altında tutma ve olayları yönlendirme hırsıdır. Bu hırs genellikle, olayları kendilerinin daha iyi ynlendirebileceklerini düşünmelerinden ileri gelir. Buna karşın kadınları motive eden, yetenekli oldukları alanda kendilerini geliştirmelerine izin verilmemesi nedeniyle iş tatminsizliğinden doğan başarı güdüsüdür. Kişilik söz konusu olduğunda da kadın ve erkek girişimciler arasında güçlü benzerliklere rastlanır. Her iki cins de enerjik, amaçlara yönelimli ve bağımsızdır. Fakat erkeklerin özgüveni daha fazladır, ancak kadınlardan daha az esnek ve toleranslıdır.

Gelir Durumu: Gelir bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullandığı bir araçtır. Bireyler şu yollardan gelir sağlayabilirler; Emek sarf ederek ve bunun karşılığında ücret alarak, Kapital yatırıarak ve karşılığında faiz alarak, Doğal kaynaklarından faydalanarak karşılığında rant sağlayarak, Girişimci sıfatıyla üretim ve hizmet üretimine katılarak ve karşılığında kr alarak.

Toplumsal tabakalaşma düzeni içinde gelir, bireylerin iktisadi gücünü ve saygınlık kazanmasını ya da kaybetmesini etkileyen bir ölçüdür. Aynı zamanda, bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan somut bir ölçüdür. Tasarrufun yatırıma dönüşmesinde sermaye kavramıyla ilişkilendirilmesi nedeniyle, gelecekteki amaçları gerçekleştirecek olan bir unsurdur. Bu anlamda yeterli gelir düzeyine sahip olmayan bireylerin, tasarruflarını yatırıma dönüştürmeleri çok zordur. Gelir kavramı bu açıdan ele alındığunda, girişimde bulunmada gerekli sermayenin ne şekilde sağlandığı, konusunda, önemli belirleyicilerden biri haline gelir. Neticede sermaye olmadan, girişim de olamayacaktır. Ancak elbetteki, sermaye sahibi olmak, girişimde bulunmanın tek ölçütü ve yeterli koşulu değildir.

Eğitim: Girişimcilik tamamen doğuştan değildir, zamanla geliştirilebilir ve bu nitelik eğitimle kazandırılabilir. Eğitim, girişimciliğin aslında bir kariyer olduğu konusunda etki yapabilir. Bireylere kendi işlerini kurmaları konusunda fikir ve beceriler sağlayabilir ve bu durum bireyleri cesaretlendirebilir. Bu açıdan eğitim girişimciliği etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Kişiler sahip oldukları özelliklere okullardan, eğitim programlarından ve üniversitelerden edindikleri bilgileri ekleyince, başarılı bir girişimci olma şanslarını artırırlar. Planlı şekillendirilmiş bir eğitim ile verilmeye çalışılan yaratıcı, eleştirel ve analitik düşünme yeteneklerinin geliştirilmesi ve girişimciliğin özendirilmesidir.

Girişimciliğin gelişiminde eğitimde oldukça önemlidir. Çocuğun okul hayatında karşılasacağı girişimcilik özelliklerini köreltici baskı ve davranışlar ileride meslek seçiminde daha az riskli, yenilik ve yaratıcılıktan uzak rutin işleri tercih etmesine neden olabilir. Ezberciliğe yönelmiş bir eğitim

sistemi yerine kişisel yetenek ve yaratıcılığın dışı yansımaları kolaylaştıran bir eğitim sisteminin yürütülmesi girişimciliği olumlu yönde etkileyecektir.

4.2.2. Sosyal Faktörler

Girişimcilik olgusunu etkileyen faktörlerden belki de en anlamlısı ve en önemlisi toplumsal ve kültürel faktörlerdir. Girişimcilikle ilgili pek çok faktör, toplumsal çevrenin girişimciliğe sağladığı destek tarafından belirlenmektedir. Girişimcilik toplumsal bir olgudur ve sosyal bir karaktere sahiptir. Bu nedenle sosyal olayları etkiler. Girişimci özelliklerinin toplumda kabul görmesi, girişimci değerlerinin ve davranışlarının onaylanması, hatta teşvik edilmesi sayesinde girişimcilik kolayca yaygınlaşabilir. Buna bağlı olarak, içinde geliştiği toplumun değer yargıları, yaşam felsefesi, dini, kültürü gibi olgular girişimcilik üzerinde etkilidir.

Aile Yapısı: Ailede alınan eğitim, görgü, etik vb. faktörler çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerine etkide bulunmaktadır. Bu etkiler sırasıyla aşağıdaki gibidir;

Teşvik Edici Etki (Olumlu Etki)

Kısıtlayıcı etki (Olumsuz Etki)

Aile, bireyin eğitim ve güvenliğini sağladığı alışlagelmiş yaşam alanıdır. Aile, bütün insan toplumlarında bulunan bir ilk gruptur. Aile evrensel bir sosyal kurumdur. Aileler için çocuklarının geleceğini garanti altına almak ve yaşamlarına yön vermek önemlidir.

Çocuğun aile içinde aldığı eğitim ve ailenin toplumsal sınıfı ve değerler sistemi, kişiliğin oluşumunda önemli etkenlerdir. Bu anlamda çocuğun üretken alanlarda faaliyet göstermesi ve teşvik edilmesi, girişimci olabilmesi açısından olumlu bir etki yaratır. Ailenin girişimcilik üzerinde ayrıcalıklı bir etkisinin bulunduğu görülmektedir.

Girişimci olma fikrinin temelinde birey ve onu yetiştiren ailenin hayata bakış açısı, toplumsal değerleri, eğitim, inanç ve özgüven açısından olumlu ve olumsuz yönleri yatmaktadır. Girişimcilikte çocukluk dönemi etkileri de önemlidir. Aile sürecinin bireylerin değer yargılarında ve düşüncelerinde de değişime neden olması kaçınılmazdır. Bu etkinin çocuğa yansımasıyla, ailenin, çevrenin, teknolojik ortamın çocuğun girişimci fikrinde ve girişimciliği değerlendirme tarzında büyük rol oynadığı sonucuna varılabilir. Eğer aile ve çevre içinde girişimcilik destekleniyorsa, yeterli eğitim ve maddi olanaklara sahip olduğunda girişimci kültürü yerleşmiş olur. Entelektüel ve kültürel uyarıcılardan oluşan materyallerle dolu olan bir ev ortamında yetişen bireyin, girişimci kişilik özelliklerini daha fazla taşıması beklenebilir. Aynı zamanda, anne veya babasını erken yaşlarda kaybeden bireylerin dünyayı daha az klasik biçimde algıladıkları görülebilir. Bazı çalışmalarda girişimcilerin kendi başına çalışan yani girişimci babalara sahip oldukları görülmüştür. Bazı girişimcilerin anneleri de girişimcidir. Ailede anne veya babanın girişimci olması bir kariyer olanağı olarak girişimciliği tercih etmede etkili olabilmektedir. Kendi işini kurmuş olan bir baba ya da anne

çocuğu için büyük bir ilham kaynağı olabilir. Bu ailevi ilişkiler, bireyin girişimci faaliyetlerde bulunmayı istemesinde, çocukluk dönemindeki aile çevresinin belki de önemli parçasını oluşturur.

Kültür ve Toplum: Risk üstlenme, bir yenilik başlatma gibi eylemler girişimcilik kavramının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi eylemler bazı kültürlerde gayet doğal karşılanıp desteklenirken, bazı kültürlerde ise henüz yer edinmemiş popüler olmayan niteliktedir. İşte girişimciliğin rahatlıkla kök salıp gelişmesine zemin hazırlayan kültüre girişimcilik kültürü denir.

Toplumsal bir unsur olarak girişimciyi, soyut bir kavram olarak algılamamak ve aile içinde ve eğitim sırasında bireyciliğin ön planda olduğu insan modelini yaygınlaştırarak, hem ekonomik hem de teknolojik gelişimin sağlanabileceği fikrine, inanmak gerekir. Toplumda gelişim farklı yollardan sağlanabilir, önemli olan kültür özelliklerinin göz önünde tutulması ve bir senteze varılarak ilerleme sağlanması gerektiğinin farkına varmaktır. Başarıyla yeni bir işletme kuran bir bireye değer veren bir kültürde daha fazla işletme ortaya çıkar. Hiç bir kültür tamamıyla girişimciliğe karşı veya girişimcilikten yana değildir.

Çevre somut, ölçülebilir ve belirli olduğunda girişimci doğru kombinasyonları belirleyebilmek için analizler yapar ve veri toplama tekniklerini kullanır. Belirli olmayan çevrelerde başarılı olmak içinse ön sezileri kullanmak, kuralları bozmak ve soyut faktörleri belirlemek gerekir. Bu iki bakış açısı potansiyel girişimcinin hareket doğrultusunun iki farklı ucunu temsil eder. Girişimci süreç, deneyimler ve bilgilerle yönlendirilerek tesadüfi olaylardan oldukça etkilenir. Girişimcilerin deneyimleri ve bilgilerinin yapısı ve kişisel özellikleri çevreyi algılayış biçiminden etkilenir. Bu değişkenler de, potansiyel girişimcinin -davranışları çerçevesinde- çevreye yaklaşımını belirler.

4.2.3. Psikolojik Faktörler

Çoğu insan kendi işini kurmanın hayalini kurar. Ancak kişinin kendi işini kurmadan önce yapması gereken ilk şey neden girişimci olmak istediğini belirlemesidir.

Bu aşamada; girişimciliği etkileyen demografik ve sosyal faktörleri ortaya koymak kadar, onları girişimciliğe iten güdülerini de belirlemek önemlidir. İnsanlar, patron olmak, işle ilgili kararlarda direkt söz sahibi olmak, insanlarla yakın ilişkiler kurmak ve yüksek kar potansiyelini geliştirmeyi istemek, başarı ve güç ihtiyacı gibi pek çok unsurun etkisiyle girişimci olmak yani kendi işletmelerini kurmak isterler.

Böyle bir durumda, küçük bir işletme olarak ekonomik değişimlerden çabuk etkilenme, uzun çalışma saatleri nedeniyle yorgun düşme, hemen hemen tüm iş alanlarında yetenekli olma gerekliliği, yüksek finansal riskle başa çıkma, çalışanlara müşterilere ve diğer çevrelere karşı tam sorumluluk taşıma gibi olumsuzluklar girişimci için daha az önem taşır. İşte tüm bu olumsuzlukları göze alabilme, başarılı, bir işletme sahibi olma konusunda kararlı olma ve benzeri durumlar bir takım güdüleyici faktörlerin etkisi sonucunda ortaya çıkar.

Öğrenilmiş Güdüler: Güdü, bir insanı belirli bir amaç için harekete geçiren güç demektir. Güdüleme ise bir veya birden çok insanı, belirli bir yöne (gaye veya amaca) doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır.

Güç güdüsü, kişinin başkalarının davranışını etkileme, onları kontrol etme ve onlardan sorumlu olma arzusudur. **Başarı güdüsü** kişinin bir işi daha iyi ve daha verimli yapma, problemleri çözme ya da karmaşık görevlerde ustalaşma arzusudur. **Bağlılık güdüsü** ise kişinin diğer insanlarla dostça ve sıcak ilişkiler kurma ve sürdürme isteğidir.

a-Güç Güdüsü: Güç ihtiyacı, elde etme ve başkaları üzerinde kontrol sağlama arzusunu temsil eder. Yüksek güç ihtiyacına sahip kişiler, çoğunlukla, insanların davranışlarını ya da tutumlarını etkileyebilmek için onları etki altında tutmaya çalışma, insanları ve olayları kontrol etme diğer insanlar üzerinde otorite sahibi olma bilgi ve kaynaklar konusunda kararlardan sorumlu olma ve rakipleri geçme eğilimindedir. Güç güdüsü de bireylerin bu gibi eğilimleri çerçevesinde açıklanır ve diğer insanları etkileme araçlarını denetleme yolu ile tatmine ulaşma eğilimi olarak tanımlanır.

Maddi güç, güç güdüsünün en temel bileşenidir. Maddi açıdan rahat bir yaşantı sürmek pek çok insanın arzusudur. Bireylerin oturdukları ev, evin içindeki mobilyalar, arabalarının markası, giyim tarzları, maddi gücün birer göstergesidir. Aynı zamanda bireyler, yapılan kötü bir davranışı cezalandırma, hoşlanılan bir davranışı da ödüllendirme yetkisinin kendi ellerinde bulunmasını isteyebilirler. Yasal yetkiye sahip olmak, yasalara veya işletme tarafından konmuş kurallara uyulmaması durumunda söz sahibi olmak için yasal bir güce sahip olmak da önemli olabilir.

Girişimcilerin güç elde etme isteğiyle iş kurma çabasına girmesi, başkaları üzerinde üstünlük sağlama arzusu olarak da değerlendirilebilir. Güçlü olma ihtiyacı, insanın çevresine egemen olma isteklerinin bir sonucudur. Bu nedenle insanlar ve gruplar, çevresel ilişkilerinde etkinliklerini artıracak ve seslerini duyuracak her türlü araca başvurmaktan çekinmezler. Başkalarını denetleme veya kontrol altında tutmaya yarayan araçlara sahip olma egemenlik sağlama da bu çerçevede açıklanabilir. Emir verme ve cezalandırma da başkaları üzerinde etki sağlama ve gücü elinde bulundurmanın bir göstergesi olarak görülebilir.

b-Başarı Güdüsü: Bireyler, rakiplerinden daha iyi işler ortaya koymak, zor amaçlara ulaşmak, karmaşık bir problemi çözmek veya herhangi bir işi en iyi şekilde yapabilmek için kendileri bir yol geliştirme ihtiyacı hissettiklerinde, kendi başlarına bir iş kurmak ve ondan sorumlu olmak isterler. Başarı güdüsü, üstün düzeyli performans gösterme veya rekabet durumlarında başarılı olma arzusu olarak tanımlanabilir.

Mc Clelland'ın başarı ihtiyacı hakkındaki araştırmaları girişimcilerde var olan psikolojik özellikleri ortaya koyar. Başarı güdüsü teorisinden girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlemiştir:

1. Problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk,
2. Orta düzeyde risk alma arzusu,
3. Görevdeki başarının sonuçlarına ait bilgi

Mc Clelland'a göre, yüksek başarı güdüsü, bireylerin girişimci davranışlarda bulunmasına neden olur. Bazı çalışmalar başarı güdüsü ve girişimcilik arasında ilişki olduğunu gösterirken bazıları bunun aksini ortaya çıkarmaktadır.

c-Bağlılık Güdüsü: Bu gereksinim, insanın yaşamını yalnız başına sürdüremeyen ve toplumsal niteliğe sahip olmasından yola çıkarak, diğer kişi ve gruplarla ilişki içinde bulunacağını vurgulamaktadır. Böyle bir ihtiyaç kişiyi arkadaşlık kurmaya, bir grup üyesi olmaya ve diğerleriyle ilişki içinde bulunmaya motive eder. Yüksek bağlılık güdüsüne sahip olan birey, başarıya ulaşma doğrultusunda başkalarıyla yakın ilişki içinde olma arzusundadır.

4.2.4. Diğer Faktörler

Kişi ve kurumlar çeşitli nedenlerle işletme sahibi olmaktadır. Bir kısmı miras yoluyla işletme sahibi olurken, diğerleri de bir amacı gerçekleştirmek için işletme kurmakta ve bu amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadır. Bireyi girişimci olmaya iten nedenler de girişimciliği etkileyen faktörler arasında yer alabilir. Belli başlı işletme kurma nedenleri, miras yoluyla sahip olma, bağımsız çalışma isteği, yüksek kazanç elde etme ve sosyal bir faaliyetin gerçekleştirilmesi için işletme kurmadır.

Bağımsızlık Duygusu: Bireylerin kendi işletmesini kurmak arzusunun arkasında kendi kendinin patronu olma, bağımsız olma arzusu yer alabilir. Girişimcilerin bağımsızlığı, özerk davranmayı tercih etmelerine bağlanabilir. Bir girişimci de genellikle, işlerini kendi yöntemleriyle ve kendi istediği zamanda yapma ihtiyacı duyan kişidir ve başkaları için çalışmak istemez.

Bireysel olarak ele alındığında kimi insanlar risk almaktan çekinir, sorumluk taşımak istemez, ön planda olmak yerine başkalarından emir almayı tercih eder. Bazı kimseler de bunların aksine bağımsızlık tercih eder, hayal güçlerini gerçeklerle birleştirme eğilimindedir. Toplumda değişimlere neden olan ve toplumu etkileyebilen kişiler de böyle kimselerdir. Bu anlamda girişimci kişi, bağımsız olmayı ister, riskleri göze alır. Bu istek ve azim rekabet ortamının zorluklarını yenebilmede en büyük etkidir. Bir başkasına bağlı olarak çalışanlar için herhangi bir kriz olduğunda işten atılma riski yanında başka yere görevlendirilme ve tayin söz konusudur. Bu dezavantajlar girişimcilere pek hoş gelmemektedir. Buna karşılık girişimciler cesaret ve tutkularıyla kabul edilebilir bir risk aldıklarından gelirleri de o oranda artacaktır. Bu durum da girişimci olmalarını olumlu yönde etkileyecektir.

Miras Yoluyla Sahip Olma: Bireyler işletmeye yalnızca kendileri kurarak değil, miras yoluyla da sahip olabilirler. Yıllar yılı bir aileye bağlı olarak işletilmiş bulunan işletme, başında bulunan sahibi hayatını kaybettiğinde mirasçıları tarafından bir prestij konusu olarak değerlendirilmektedir. İşletmeyi kuran, güçlüklerle mücadele eden, onu büyüten ve belki de piyasada

iyi bir yere getiren insanlar da emeklerinin boşa gitmesine hoş bakmamakta, kendilerinden sonra gelecek yakınlarından işletmenin faaliyetine devam etmesini istemektedirler.

Sosyal Bir Amacı Gerçekleştirmek: Çevremizdeki işletmelerden bazıları kar sağlamak amacıyla değil, bir misyonu veya sosyal bir amacı gerçekleştirmek için kurulmuşlardır. Eğitim hizmetlerinin yapılması, bir bölgenin kalkınmasına katkıda bulunmak bunlardan bazılarıdır. Çeşitli bölgeler yatırımcıların ilgisini çekmemektedir. Çünkü hammadde ve diğer üretim girdilerini temin etmek güç olmaktadır. Ancak diğer şartlar ne kadar olumsuz olursa olsun, devlet ve büyük sermaye sahipleri bazı bölgelerin kalkınması için işletmeler kurmakta ve istihdam alanları açmaktadırlar.

Yüksek Bir Kazanç Sağlama İsteği: Genel olarak insanlar daha iyi şartlarda yaşamak, kendilerinden daha çok kazananlar gibi hayat standartlarını yükseltmek için işletme kurmaya yönelmektedirler. Bu durumda işletmenin elde etmiş olacağı gelirin tamamı işletme sahibine ait olacağı için, kendine ve ailesine daha iyi bir ortam sağlamak için girişimde bulunmaktadır. Bazı hallerde de kişiler ellerindeki sermayelerini başkalarına güvenip verememelerinden veya gereği gibi değerlendireceğinden emin olmadıklarından kendi işletmelerini kurarak başına geçmektedirler.

5. Girişimcilerde Bulunması Gereken Nitelikler

Girişimcilikle ilgili yapılan bir dizi araştırmalarda hep başarılı girişimcilerin bazı ortak özellikleri olabileceği vurgulanmıştır. Gerçekten iş hayatında diğerlerine göre kısa sürede büyük başarılar elde eden girişimcilere rastlanmaktadır. Ancak gerek çalışma alanları gerek yaptıkları işler açısından başarılı girişimcilerin çok farklı özelliklerinin olduğu da görülmektedir. Bununla beraber başarılı diyebileceğimiz girişimlerde ortak olarak **risk alabilme, sorumluluk üstlenme, dinamik bir kişilik, yeniliğe, değişime ve dönüşüme açık bir yapı, ihtirash ve büyük olma tutkusu, nihayet başarıya odaklanma gibi özellikler sayılabilir.** Bu niteliklere sahip olmayan girişimcilerin ise pek de başarılı olmaları mümkün değildir.

Girişimci kişilikte bulunması gereken özellikler arasında girişimcilik ruhuna sahip olmak ilk sırada sayılmaktadır. Herhangi bir bireyin sahip olduğu girişimcilik ruhu, katma-değer yaratan faaliyetler ve zenginlik (bolluk) yaratma misyonunu üstlenerek fırsatları sermaye olarak kullanma isteği olarak ifade edilebilir. Girişimcilik ruhu genetik olarak var alabileceği gibi aile, çevre, eğitim, gelir vs. gibi çeşitli unsurların da girişimcilik ruhunun gelişmesinde çok önemli etkenler olduğu kabul edilebilir. Girişimcilik ruhu, sadece kişisel özelliklerle değil motive edici faktörlerle de açıklanabilmektedir.

Bir ülkede girişimci niteliğine sahip insanlar çok olsa bile girişimcilik kültürünün yetersizliği, mali ve finans imkanlarının azlığı, ülke ekonomisine olan güvenin azlığı, eğitim düzeyinin düşük oluşu vb. sebeplerden dolayı girişimci olan insanların sayısı azdır.

5.1. Bağıllık, Kararlılık ve Azim

Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için birçok engeli aşması gerekir. Engel ve eksiklikleri aşmanın yolu ise bağıllık, kararlılık ve azimden geçer. Girişimcinin bağıllığı; kendi servetinin önemli bir kısmını girişime verme istekliliği, yaşam stilinden özveride bulunma ve yaşam standardını düşürme gibi birçok faktörlerle ölçülebilir.

Bağıllığı ve kararlılığı yüksek olan girişimci problemleri çözmek ve engelleri aşmak için daha fazla çaba gösterir. Azim ve kararlılığın girişimcilikteki önemini vurgulamak amacıyla “Dünyadaki hiçbir şey azmin yerini alamaz” ifadesinin kullanımı yaygındır. Bu yaygın düşünceye göre beceri azmin yerini alamaz, çünkü becerili olan başarısız insanların sayısı oldukça fazladır. Yine aynı şekilde zeka azmin yerini alamaz, çünkü zeka da olumlu sonuçlar alınmadığında anlamlı olmayacaktır. şekilde kullanılmadığında ödüllendirilmemiş zeka her zaman bir atasözü olarak kalır. Eğitim de azmin yerini alamaz çünkü dünya eğitilmiş kişilerle doludur. **Azim ve kararlılık ise tek başına her şeyi yapabilecek güçtedir.**

Azimli, bağı ve kararlı girişimciler, baskı ve kriz altında bile problemleri çözebilirler. Çünkü onlar güç durumlar karşısında kararlıdır ve başarısızlığı, başarıya giden yolda bir bedel olarak görürler. Bu bakış açısı ise başarılı olmaları için temel nedendir. Bu nedenle, ilk seferde kazanmasalar bile gelecek sefere mutlaka kazanacaklardır.

5.2. Başarı İhtiyacı

Yüksek düzeyde başarı ihtiyacına sahip olan birey, kendine güvenir, hesaplanmış riskler almaktan hoşlanır, çevresini aktif olarak araştırmaktan haz duyar ve yaptığı her şeyi nasıl daha iyi yapacağını somut ölçülerle merak eder. Bu tür davranışlar bireyin girişimci olma olasılığını artırır. Çünkü başarı yönelimli girişimciler, mükemmele ulaşmak, kendilerinin belirledikleri standartları aşmak, mücadele edilecek amaçlar belirlemek ve bu amaçlara ulaşmak için güçlü bir içsel arzu ile motive olurlar. Başarı ihtiyacı yüksek olan girişimciler, yeteneklerini zorlayan işlerde daha hızlı çalışır, daha hızlı öğrenir ve para ve ünvan gibi dışsal motivasyon faktörlerine fazla itibar etmezler.

5.3. Fırsat Yönelimi

Girişimciler, başkalarının kaçırdığı fırsatları yaratan kişilerdir. Onlar bu fırsatları, bilgi elde etme ve sentezleme ile yaratırlar. Çünkü bilgi, girişimcilerin düşük ve yüksek riskleri tanımlamalarını, fırsatları anlamalarını ve sınırlarını algılamalarını sağlar. Girişimciler elde ettikleri bilgi sayesinde, fırsat yaratmak için yenilikçi ve yaratıcı olabilir, orijinal pazar nişleri ortaya çıkarabilir, kaynakları bulabilir ve işi şansa bırakmayarak bilinçli ve disipline edilmiş bir çaba gösterebilirler. Başarılı girişimci, kaynak, yapı ve stratejiden daha fazla fırsat üzerine odaklanır. Yaşamı bir fırsat denizi olarak gören girişimciler fırsatları izlemeye amaç yönelimlidirler. Amaç

belirlemeleri önceliklerini tanımlamalarına yardım etmenin yanında, enerjilerini fırsat üzerine odaklandırmaları için bir araç sağlar.

5.4. İçsel Kontrol Odağı

İçsel kontrol odağına sahip olmak, bireylerin bir olayın sonucunu, kendi kontrol ve anlayışlarının içerisinde algılamalarını ifade etmektedir. Dışsal kontrol odağına sahip olanlar, faaliyetlerinin sonuçlarının, başarı ve başarısızlığın kader veya şans gibi kontrolleri dışındaki güçlerden kaynaklandığına inanırlar. İçsel kontrol odağına sahip olanlar ise faaliyetlerinin sonuçlarını kendi üstünlük veya eksikliklerinin belirlediği düşüncesine sahiptirler. Bu nedenle içsel kontrol odaklılık; kabiliyet, çok çalışma, kararlılık ve başarılan veya meydana getirilen sonuçların planlayıcısı olma gibi özelliklere önem verme anlamına gelir.

Girişimci davranışı ile içsel kontrol odağı arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Çünkü içsel odaklı bireyler daha aktif ve yenilikçidir. Onlar yenilikçi durumları benimser, yeniliğe liderlik eder, daha fazla risk alır ve daha aktif davranırlar. İçsel kontrol odağı öğrenme ile de ilişkilidir. Etkin çabayı destekler ve motive eder. Sonuçta potansiyel girişimcinin, harekete geçme olasılığı, kişisel sorumluluk alma arzusu ve kendine olan güveni artar.

5.5. Belirsizliğe Karşı Tolerans

Girişimci, belirsizliğe karşı toleranslı, başka bir ifade ile bilinmeyi üstlenmeye istekli olmalıdır. Çünkü günümüzün çalkantılı çevre koşullarında tüm girişimciler anlık değişimlerle karşı karşıyadırlar. Bu değişimler ise sahip olunan bilgiyi eskitmekte ve belirsiz bir ortam yaratmaktadır. Böyle bir ortamda girişimci belirsizliği tolere edebildiği takdirde, belirsiz koşullar altında stratejisini uygulamaya koyarak, pazar payını artırmaya çalışarak fırsatları daha iyi değerlendirebilir. Bu da girişimcinin yenilikçi ve yaratıcı olmasına imkan sağlayarak, girişimsel performansa olumlu katkıda bulunur.

5.6. Risk Almak

En basit ifadeyle risk, yönetilemeyen bilginin ve risk faktörlerinin ve bunlarda meydana gelen değişmelerin ekonomik ve toplumsal hayatta neden olacağı olumsuz etkilerdir. Diğer bir ifade ile risk, kontrol edilmeyen faktörlerin olumsuz sonuçlar doğurma olasılığıdır.

Girişimcinin risk alması ve cesareti başarısını önemli ölçüde etkilemektedir. Çünkü cesaret, kahramanlık ve riske girme gibi özellikler, başarılı bir insanın bir şey meydana getirme arzusu kadar başarısı için de gerekli olan öğelerdendir. Bu nedenle bir insiyatifi kullanan veya eline geçen fırsatları değerlendiren her bir girişimci riske giriyor demektir. Girişimcilikle ilişkili tüm etkinlikler risk içerdiği için girişimcilikle ilgili olarak yapılan araştırmaların çoğunda, risk alma girişimciyi yöneticiden ve girişimci olmayandan ayıran temel faktör olarak ifade edilmiştir.

Girişimci hemen hemen bütün risk türleriyle karşı karşıyadır. Çünkü girişimci; ekonomik, sosyal, psikolojik, sağlık ve kariyer ile ilgili risk alır. Girişimci risk alırken sürekli çalışır, olaylara stratejik yaklaşır, fikri dikkatli uygular. Karmaşı ve çelişkileri yönetir ve her şeyi kendi lehine çevirmeye çalışır. Bu nedenle girişimcilerin risk almadaki başarısı, bazen uygulama esnasındaki dikkat, öğrenme, esneklik ve değişme bazen de, yatırımcı ve ortakları ikna etme, kredi verenlere özel koşullar önerme ve tedarikçiye erken ödemeler sunma gibi riski paylaşma taktikleri şeklinde ortaya çıkabilir.

Girişimciler hiçbir zaman kumar oynayan insanlar değildirler. Onlar düşünen, araştıran, inceleyip sık dokuyan ve planlama ile birlikte sağlıklı karar veren insanlardır. Girişimcilerin büyük çoğunluğu üstesinden gelemeyeceği riskin altına girmezler. Zira girişimciler karlı olabilecek alanlara yatırım yaparlar. Karlı olmayacak işe girmezler.

5.7. Yenilik ve Yaratıcılık

Yaratıcılık yeni bir düşünce veya fikir yaratma yeteneğidir. Yenilikçilik ise, yaratılan yeni fikir veya düşüncenin kullanılarak müşteri tatminine yönelik yeni kaynaklar yaratmaktır.

Girişimci, radikal değişiklik yaratır, yeni fikirler oluşturur ve bu fikirleri uygular. Basit ve iyi olmadığı düşünülen bir fikri, işleyebilen bir hale dönüştürebilir. Başka bir ifadeyle, girişimci mümkün olanı gerçeğe dönüştüren, var olanla mümkün olan arasındaki açığı kapatan bireydir. Mümkün olanı gerçeğe dönüştürmek benimseyici olmaktan çok yenilikçi ve yaratıcı olmayı gerektirir. Bu nedenle **yenilik ve yaratıcılık girişimciliğin odak noktası ve girişimcinin temel özelliğidir.**

Girişimci, yenilik yolu ile fikri harekete dönüştürür ve değişime uyum sağlar. Bu nedenle girişimcilerin özel aracı olan yenilik, girişimcinin yeni durumlara çözüm üretmesi anlamına gelir. Girişimciler, yenilik yapmak ve yeni bir iş oluşturmak için yaratıcılıklarını kullanırlar. Bu nedenle girişimcilik, yeniliğin yanında yaratma faaliyetlerini de içerir.

5.8. İyimserlik

Girişimciyi başarılı kılan diğer bir unsur ise iyimserlik ve fırsat düşüncesine sahip olmaktır. Fırsat düşüncesi, fırsat ve faydalı yönler üzerine odaklanmayı sağlayan ve mücadele edici durumları seven, iyimser bir düşünce modelidir. Fırsat düşüncesinin karşısında engel düşüncesi yer alır. Engel düşüncesi ise mücadele gerektiren durumun negatif yönleri üzerine odaklanır. Kötümser bir düşünce modelidir. Engel düşüncesi mücadele gerektiren durumdan kaçır veya unsurların içerdiği olumsuz yönler ve engeller üzerine odaklanır. Bu iyimserlik karamsarlık durumuna da benzer.

Girişimcinin iyimser düşünceye sahip olabilmesi, inançlarının yenilenmesini veya değiştirilmesini gerektirebilir. Çünkü bireylerin sosyal dünyasının temel bileşenini oluşturan inançlar, fırsat düşüncesini olumsuz olarak etkileyebilir. Bu olumsuzluklarla karşılaşmamak için, fonksiyonel olmayan inançlar terk edilmeli ve daha fonksiyonel olan inançlar benimsenmelidir.

5.9. Liderlik

Liderlik bir organizasyonda girişimci kültürün tesis edilmesi ve geliştirilmesinde önemlidir. Liderlerin çalışanlara örnek olması ve girişimci liderlik anlayışına sahip olması gerekir.

Liderlik türlerinden birisi olan girişimci liderlik, iş çevresine ilişkin fırsat ve avantajları elde edebilmek amacıyla işletme kaynaklarını stratejik olarak yönetebilme ve başkalarını etkileme yeteneğidir.

Girişimciler başarılı olabilmek için öneri, yönlendirme ve istek yolu ile diğerlerinin faaliyetlerini etkileyebilmelidir. Liderlik olarak ifade edilebilen güç girişimcilere, ne zaman mantıklarını kullanacaklarını, ne zaman ikna kabiliyetlerini ön plana çıkaracaklarını, ne zaman taviz vereceklerini ve ne zaman set oluşturacaklarını belirleme imkanı sağlamanın yanında, gidilecek yönü ortaya koyan etkili bir vizyon oluşturma ve bu vizyonu çekici yapma imkanı da sağlar.

Liderlik özellikleri girişimciye; rekabet gücü avantajlarını arama ve artırma, organizasyonu tanıma ve eksiklikleri giderme, problemlere yaratıcı çözümler bulma ve olumsuzlukları aşma olasılığı kazandırır. Ayrıca liderlik özellikleri; özlü ve ikna edici iletişim, öncelikleri belirleme, fırsat ve tehditleri açıklama, belirsizliği ele alma, pozitif ve verimli alanlarda başarısızlığa tahammül, stres ve tepkilerle mücadele edebilme bakımından yön belirleyici özellikler kazandırır. Bu özellikleri kazanan girişimci ise, öğrenci, öğretici, yaratıcı, yenilikçi ve vizyoner olmanın yanında dirençlerle karşılaştığında bile yenilikçi fikirlere ön ayak olabilir.

Liderler yöneticilerden farklı olarak yenilikçi, orijinal, geliştirici, insan odaklı, dürüst olup doğrulara güvenen, uzun vadeli perspektife sahip, neden ve niçin sorularına odaklanan, işleri yapan grubun içinden çıkmış grubun duygusal olarak kabul ettiği kişidir. Güç ve otoriteyle değil inandırmak suretiyle insanları etkili bir biçimde yöneten kişidir.

6. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik ortaya çıkma, şekillenme, orijinallik, organize olma ve icra edilme biçimlerine göre de sınıflandırılmaktadır. Literatürde daha çok düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma biçimlerine göre sınıflandırılmaktadır. Yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri; orijinal (bağımsız) girişimcilik, iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik (yönetici girişimcilik), teknik girişimcilik, girişimci girişimciliği, çevreci girişimcilik olarak da sınıflandırılmaktadır.

6.1. Orijinal (Bağımsız) Girişimcilik

Bağımsız bir şekilde girişimciliği, orijinal haliyle ilk defa oluşturan yeni girişimciliktir. Bu girişimcilik sınıflandırmasında girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı, sezgi, beceri, ustalık, deneyim, bilgi gibi yetilerine dayanarak hayallerini düşlerini gerçekleştirmek üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurulan girişimlerdir. **İlk defa ve orijinal olma özelliği bu**

girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırıcı etmendir. Hem girişimcisi hem de girişim orijinaldir. Girişimciler kendi işlerini yürütmek için en iyi yöntemi tek başlarına keşfeder ve uygularlar.

6.2. İç Girişimcilik

İç girişimcilik bir örgütsel ağ içinde veya bir kurulu işletme içinde süper bireylerin(kendi yeteneklerini kanıtlamış) diğer insanlarla ilişki geliştirerek, iletişim kurarak ve bunları kendi yetenek ve değerleriyle yoğurup değerlendirek kendilerini tanıyıp keşfetmeleri ve kendilerinin farkına varmaları ile başlayan bir başka girişimciliğin içinde filizlenen bir girişimcilik türüdür. Girişimci adaylarının kendi kendilerini keşfetmelerinin yanında bu girişimci adaylarının içinde bulundukları organizasyon ve iş ağları tarafından ve özellikle ilk ve eski girişimciler tarafından da keşfedilen girişimci şeklidir. İç girişimcilikte işi ilk kuran girişimcilerle işletme içinde yeşerip ortaya çıkan bu kimliğin zaman zaman dışsal olarak (finans, yönetim v.b.) güçlendirilmesi desteklenmesi ve teşvik edilmesi de gerekiyor.

Genel olarak, var olan bir organizasyon içerisinde girişim ve yenilik etkinliklerin toplamını ortaya koyan iç girişimcilik olgusunun temelinde, girişimcilik düşüncesinin örgütün içerisine doğru çevrilmesi yatmaktadır. Başka bir ifade ile iç girişimcilik hali hazırda çalışan büyük bir organizasyonun içerisinde klasik bir girişimci gibi davranma veya böyle davranmaya özendirilme işidir. Şirket girişimciliği olarak da ifade edilen iç girişimcilik; var olan bir örgütü, risk alma, yenilik ve aktif rekabet davranışları yoluyla harekete geçirmeye ve yeniden canlandırmayı, var olan bir organizasyon içerisinde yeni bir girişim yaratmaya yol açan girişimsel faaliyetleri, örgütün ana fikrini yenilemeyi ve örgüte dönüştürmeyi amaçlar. Bu nedenle kavramın boyutları; var olan bir örgüt içerisinde yeni bir girişim yaratma, dışsal girişimcilik düşüncesini, tutumunu ve davranışını örgüt içerisindeki bireylere aşılama, örgütsel dönüşümü gerçekleştirme, yapılan yenilikler yoluyla endüstrinin yapısını değiştirme gibi yenilik, risk ve aktif davranış içeren birçok faaliyeti kapsar.

6.3. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik 1929 dünya ekonomik buhranı ile İkinci Dünya Savaşı yıllarının sonuna kadar süren olağanüstü durumlar nedeniyle ortaya çıkan bir girişimcilik örneğidir. Daha sonra ekonomik açıdan da olumlu yönleri olduğundan geliştirilen bir girişimciliktir. Genel anlamda büyük işletmelerin veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize eden üst girişimciliktir. Daha çok olağanüstü koşulların gerekli kıldığı bir model olarak ortaya çıkmışsa da iki ana ekonomik amacın gerçekleştirilmesinde teşvik edilmişlerdir. Birinci amaç ekonomik koşullar altında ezilen KOBİ'lere destek olmak ve onların ayakta kalmalarını sağlamaktır. Aynı zamanda girişimcilik ruhunu canlı tutmak ve toplumun değişim yönündeki taleplerine cevap veren yeni girişimciliği teşvik etmek ve geliştirmek için bir misyonu yerine getirmektir. Günümüzde de iyi

örgütlenmesi halinde aynı misyonu başarı ile yerine getirmektedir. İkinci amaç ise ülkenin ekonomik çıkarlarını uzun dönemli olarak garanti altına alacak yeni girişimlerin kurulmasını kolaylaştırmaktır. Bir başka ifade ile milli girişimciliğin geliştirilmesi ve milli geleceğin inşa edilmesidir.

Ana fikir, girişimcilerin artık her şeyi kendileri tek başlarına üretecek entegre tesisler kurma yerine, daha küçük parça, set ve diğer işler için bağımsız küçük girişimcileri tesvik ederek, koruyarak, yönlendirerek, teknolojik destekler vererek, iş birliği yaparak birlikte çalışan, riski azaltıp faydayı çoğaltan bir girişimciliktir.

6.4. Profesyonel Girişimcilik

İşletmelerin işletme içinden ehil bir kişiye veya işletme dışından ehil bir kişiye devir edilmesi veya satılmasıdır. Profesyonel boyutta bir girişimci işletmeyi terk ederken bir diğer yeni girişimci işletmeyi devir almaktadır.

Özellikle 1980 ekonomik krizinde zor durumlara düşen girişimcilerin, işletmelerini yeniden yapılandırarak yeni teknoloji ve yeni yönetim becerileri ile donatılıp, büyük ekonomik kaybın önüne geçme çabaları sırasında yaygınlık kazanmıştır. Büyük işletmeler ve özellikle iyi yönetilemeyen KOBİ'lerin önceden kendilerinin yürüttüğü faaliyetlerin birini, birkaçını veya bazılarını o bölümleri ile birlikte etkin yöneticilere kiralanmaları veya satılmalarıdır. Diğer bir anlatımla stratejik bağlamda bir değişimin ve esneklik faktörünün yeniden kazandırılmasının, odaklanmanın doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan farklı girişimciliktir.

6.5. Teknik Girişimcilik

Teknik girişimcilik, yenilik ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin (Ar-Ge) finanse edilmesini ve yönetilmesini içine alan ve daha çok teknolojik alanda bir ekip girişimciliğidir. Genellikle yüksek teknolojiye sahip, tahsil düzeyleri yüksek, bilgili ve deneyimli girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak tanımlanır. Teknik kökenli kişilerin kendi kariyerlerini doğru şekilde kullandıkları girişimcilik türüdür. Teknik girişimcilik bir anlamda ekip veya teknik ortaklık girişimidir. Bu tür girişimcilik bir grup tarafından kurulmaktadır.

6.6. Girişimci Girişimciliği

Bu girişimcilik türünde daha önce belli alanlarda girişimcilik yapmış ve daha sonra işletmelerini satmış olan deneyimli girişimcilerin kendilerine fırsat alanı olarak yeni ortaya çıkan girişimcileri esas almaları şeklinde gelişen bir girişimciliktir. Fiziki olarak işletmelerin yeni girişimcileri ile alınıp satıldığı girişimci girişimciliği olarak da tanımlanabilir. Özellikle hızlı büyüyen hızlı gelişen yeni teknolojileri uyarlayan cesur girişimcilerin ve fırsatların rüzgar gibi gelip geçtiği bir sektörde icra edilen bir girişimcilik türüdür. Girişimci girişimciliği birlikte iş yapmanın, işbirliği yapmanın ve özellikle ortak iş yapma kültürünün gelişmesinde de model bir role sahiptir. İyi projesi olan, iyi fikri olan ve sağlam bir yenilik geliştirip de bunları eyleme sokmakta güçlük çeken

girişimciler için rasyonel bir ortak, iyi bir finansör, yeni bir motivasyon, iyi bir organizatör, cesur ve sağlam bir arkadaştır.

6.7. Çevreci Girişimcilik

Bir diğeri girişimcilik türü de çevreci girişimciliğdir. Çevresel sorunlara çözüm bularak sorunların içindeki fırsatları ortaya çıkaran bir girişimciliğdir. 1990'lı yıllardan itibaren çevreye olan duyarlılıklar, kirliliğre karşı önlemler yeni iş fırsatlarına kapı aralamaktadır. Özellikle atıkların değerlendirilmesinde, yeniden dönüştürülmesinde, çevreyi koruyan doğal üretim yöntemlerinin geliştirilmesinde (doğal tarım), başta hava, su toprak kirliliğini önleyici teknik geliştirmede yeni girişimcilik fırsatları sunmaktadır.

7. Girişimcilik Sınıflandırılması

Girişimcilik bir başka açıdan belli girişimcilik özelliklerine ve tarzlarına göre de gruplandırılmaktadır. Literatürde en yaygın kullanılan girişimcilik tarzları (stilleri) genel olarak *orijinal veya idealist girişimci, stratejist girişimci, taktik girişimci* ve *geleneksel (klasik) girişimci* tarzı gibi dört alt kategoriye ayrılarak sınıflandırılmaktadır.

7.1. Orijinal İdealist Girişimcilik

İdealist girişimci stili, hayal, düş ve tutkularını gerçekleştirmek üzere yola çıkan girişimciler için yapılan bir sınıflandırmadır. Aynı zamanda orijinal girişimcilik sınıflandırması tanımına da uygundur. Hayalini, düşünüyü, umudunu ve tutkusunu veya orijinal bir şeyi veya yepyeni farklı bir işi veya kendine özgü bir iş fikrini ilk defa girişime dönüştüren orijinal girişimci stili olarak adlandırılır. Bu girişimciler geleceğre yönelimlidir. İdealist girişimcilerde ileriye dönük özel bir girişimcilik vizyonu hakimdir. Bu girişimciler genellikle iyi bir öngörüyü de sahiptirler. Bunlar yaratıcı, yenilikçi, keşifçi, maceracı, meraklı, icatçı, aşırı risk alan, vizyon sahibi girişimcilerdir. İdealist girişimcilik stili aslında kendine özgü ve orijinaldir. Girişimciler kendilerine has vizyon sahibi olup bu bağlamda girişimciliğre yeni boyut ve ufuk kazandıran girişimcilik alanındaki ilklerdir ve öncülerdir. Yeni bir şeyi icat eden, uygulayan özel kişilerdir. **Özellikleri şu şekilde gruplandırılabilir:**

Bu gruptaki girişimciler, Geleceğre yönelimlidir. (Geleceğre yönelimlilik bir vizyondur). Önemli bir girişimcilik özelliğidir. Bu girişimciler hep gelecekte yaşarlar. Gelecegi bu güne taşıyarak inşa ederler.

İşin veya hayalin veya tutkunun gelişimi, sürekliliğri, kalıcılığri, takibi girişimcinin maddi çıkarlarından önce gelir. Tutku bu stilde ana motivasyondur.

Yenilikçilik, hareketlilik, esneklik ve hız onların temel ilkeleridir.

İstekli, arzulu, coşkulu, heyecanlı, hırslı başarıya odaklı bir kişiliğre sahiptirler.

Her türlü zorluğra, kısıtlara ve çaresizliğre meydan okuma (iddia sahibi olma) ehliyetlerine sahiptirler.

İş hususunda açıklık, netlik ve basitlik hakimdir.

Kahramandırlar. (Kahramanlık da bu bağlamda bir girişimci vizyonudur)

Bu günün işi ile değil gelecekteki işle ilgilidirler.

Bu girişimciler toplum içinde efsaneleşen girişimcilerdir.

Girişimci bu boyutta öyle ya da böyle iyi bir vizyon sahibi olmalıdır ve olmak zorundadır.

Vizyon bu anlamda geleceği kazanmak için kullanılacak bir özel yeti ve fikri sermayedir. İdealistlik diğer anlamda yeni sektörlerin doğmasına yardım ederken aynı zamanda mevcut sektörlerin de kurallarını değiştirir.

Geleceğe odaklanmak, geleceğin sorunlarını çözmek esas olarak bir girişimcilik tekniğidir. İdealist girişimci stilinde girişimci, yaratıcı karaktere de sahiptir. Yaratıcı olmak da belli ideallere sahip olmayı gerektirir. İdeali olmayanın gerçekte hayali ve hedefi de olmuyor. Girişimciliğin gelişmemesine neden olan toplumsal ve kişisel özelliklerden birisi de o toplumdaki kişilerin hayal güçlerinin eksikliği olarak gösterilir.

7.2. Stratejist Girişimcilik

Bir diğer girişimcilik stili de stratejist girişimci stilidir. Bütüncül bir yaklaşım içinde, işin gerçekten hakkını vererek, fırsatı arayan, algılayan, tanımlayan, yakalayan ve onları gerçek hale getiren girişimciliktir. Stratejist lider girişimci stili olarak da adlandırılmaktadır.

Stratejist girişimci stili öz olarak fırsatçıdır. Odaklanma da esas olarak fırsatı arayan, algılayıp, gören, yakalayan ve onları işe dönüştürürken öz çıkarını önde tutan bir yönde gelişir. Öz çıkarı ve maddi menfaatler onları büyük ölçüde motive eder. Piyasadaki mevcut bilgiyi ve saklı bilgileri çok iyi kullanan bir girişimcilik tarzıdır. İlk defa yeni işe girenlere, karşılıklı psikolojik destek vermesi, muhtemel yönetim zafiyetlerini gidermesi, riski dağıtması ve işletme zayıflığını en aza indirmesi açısından önemli bir girişimcilik stilidir.

Bunlar, deneyim düzeyleri yüksek, bilgi ve ustalık deneyimleri olan, fırsatlara duyarlı, bulundukları yerlere kendi becerileri, güçleri ile gelen, birlikte iş yapma ve ortaklık kültürüne sahip iyi yetişmiş ve çoğu da eğitilmiş girişimcilerdir.

Stratejist girişimcilik stili uygun bir kaynakla, (içsel ve dışsal olarak) ortaya çıkan fırsatları; para, materyal, işgücü, bilgi ve zamanla yoğurarak, tedarikçilere, çalışanlara, müşterilere, hatta rakiplere dahi bir zenginlik değeri sunarak ve yerine göre, oluşturulan bu değeri paylaşan girişimciliktir.

7.3. Taktik Girişimcilik

Üçüncü tür girişimcilik tarzı taktik girişimciliktir. Bilinen bir teknoloji için de veya mevcut bir teknoloji pazarı içinde dikkate değer önemli bir performans sergileyip yenilikleri, farklı bilgi ve

sistemleri ortaya koyan ve kazandıkları bu deneyim, bilgi ve becerilerini kendi adlarına bizzat kendileri kullanan ‘taktik-dinamik’ girişimci stildir.

Mevcut teknolojiler altında bir işi yeniden yapılandıran, iş yöntemini değiştiren veya belli bir alanda bir ilave yenilik ve gelişme sağlayan, proje geliştiren girişimcilik stildir. İç girişimciliğin farklı bir versiyonudur. Zaman boyutu açısından ilk iki girişimcilik stilinden daha kısa anlı ve hemen ortaya çıkan ve yine çok kısa süreli fırsatlara yönelik bir girişimcilik stildir.

Genellikle ürün üzerindeki bir yeniliğe veya kaliteye odaklanan, rakiplerine fark yaratanlar ve fark atan girişimcilik tarzı da bu grupta değerlendirilir. Taklitçidirler ancak dar alanda hızlı esnek ve zamanlı hareket eden bir girişimcilik tarzıdır.

7.4. Geleneksel (İdari) Girişimcilik

Diğer bir girişimcilik tarzı da idari girişimciliğdir. İdareci girişimcilik stili, mevcut ve kurulu işleri ve işletmeleri yöneten geleneksel girişimci tipidir. Daha önce kurulmuş işletmelerde girişimcilik yaparlar. Girişimci bu bağlamda mevcut ve bilinen bir sektör içinde ve mevcut bir girişimciliği, günün şartlarına uyduran, işi yeniden yapılandıran ve devam ettiren girişimciliğdir. Genel anlamda aile şirketlerinde girişimlerin yönetimini devralan ikinci veya üçüncü nesil girişimcilik buna örnek verilebilir.

Bu tarz girişimcilik özellikle mevcut iş içinde oluşan bir iş geliştirmek için mevcut iş fırsatları tanımlanır, değerlendirir ve harekete geçilir. Aile şirketlerinde yeni neslin işi devralması en iyi örneklerden birisidir.

Günümüzde etkin olan kurulu şirketleri satın alıp onları çalıştıran girişimcilik tarzıdır. Franchising türü girişimcilik bu grupta düşünülebilir. Franchising de bir anlamda kurulu bir işletmenin isim hakkını, şöhretini, saygınlığını, üretim ve pazarlama tekniğini kullanarak iş yapar. Bu yönüyle Franchising yönetsel bir girişimciliğdir.

8. Girişimcilik Tipleri

David Calarance Mc Clelland 1941 yılında Yale Üniversitesi’nde psikoloji alanında doktorasını yapıp Wesleyan Üniversitesi’ne öğretim üyesi oldu. Mc Clelland **güce, başarıya ve bağlılığa** duyulan gereksinimi kapsayan **üç ihtiyaç teorisini** ortaya attı.

Mc Clelland insanların karakter yapılarına göre **bu üç ana** itici kuvvetle motive olduklarını ve bazıları ağırlıklı olarak bu üçünden birine daha fazla eğilim gösterse de insanların çoğunun bu özelliklerin bileşenini ortaya koyduğunu iddia etmektedir. Bu motivasyonel (dürtüsel) ihtiyaç karışımı kişilerin davranış ve çalışma tarzlarını etkiler.

8.1. Güç Odaklı

Mc Clelland’ın teorisinde güç ihtiyacı şu şekilde tanımlanır: “Diğerlerini istediğin şekilde hareket etmesini sağlayabilmek için duyulan ihtiyaçtır”.Güç motivasyonu statü kazanmak ve diğerleri

üzerinde etki sahibi olma endişesi olarak açıklanabilir. Yüksek dozda güç ihtiyacı içinde bulunan insanlar kontrol ve etki merkezlidirler. Bu kişiler zamanlarını başarıya ulaşma planları veya iyi insani ilişkiler kurmak gibi şeylerden daha çok gücü ve otoriteyi nasıl elde edebileceklerinin planını yaparak geçirirler.

Güçlü olma ihtiyacı, insanın çevresine egemen olma isteklerinin bir sonucudur. Bu nedenle, insanlar ve gruplar çevresel ilişkilerinde etkinliklerini arttıracak ve seslerini duyuracak her türlü araca başvurmadan çekinmezler. Üstün olmak ve başkalarının iş ve faaliyetlerini kontrol altına almak için başvurulacak tüm çabalar bireyleri başka insanlarla çekişme ve çatışmaya itebilir. Bu tehlike insanın güçlü olma arzusunu belli ölçüde frenlemektedir. O yüzden, bu ihtiyacın şiddeti insandan insana oldukça farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır.

Güçlü olma ihtiyacı, başkalarını idare etme onların üstünde olma, nezaret etme(bakmak,gözetmek) arzularını içerir. Bu ihtiyaçlara sahip olan yöneticiler her şeyden önce otorite sistemine, kişilerden çok kurumun önemli olduğuna inanırlar; iş disiplinine önem verirler. Kurumun iyiliği için kendi isteklerinden fedakarlık ederken, bunu herkesin anlayacağı bir biçimde yapmaya dikkat ederler. Adalet ve herkesin eşit muamele görmesine inanırlar.

Bu ihtiyaç genellikle iki şekilde ortaya çıkar. Bunlar **kişisel güç** kazanma ihtiyacı ve **sosyal güç** kazanma ihtiyacı'dır. Kişisel güç kazanmaya yönelik faaliyetler bireylerarası çatışmaya yol açabilirken, kazanma ihtiyacı, kendi kendini yöneten takımların başarısı açısından önemli bir konudur. Üyelerin sosyal güç kazanmaya yönelik olarak faaliyet gösterdiği takımlarda daha etkin sonuçlar alır. Kişisel güce sahip olan bireyler, hakimiyet uğruna güç kazanmak için uğraşıp, kurumsal sorumluluğu reddetmeye eğilimlidirler. Mc Clelland, kişisel güç tipindeki yöneticileri ise, feodal başkanlardaki güç tipine benzetmektedir. Yani onlar astlarını harekete geçirmeye uğraşmaktadırlar. Ancak onların astların örgüte değil liderlerine karşı sorumlu olmalarını istemektedirler.

Mc Clelland gücün iki yönü olduğunu iddia eder. **Birincisi:** Negatif yönde olan diğerlerine karşı kontrol ve hakimiyeti elde tutmaktır. **İkincisi** ise: Sosyal veya kurumsal olarak beceri ve ikna kabiliyetini diğerlerinin bir şeyler öğrenmesi, mutlu olması veya bir şeyi başarması için kullanırlar. Bu insanlar onların üzerinde hakimiyet kurmadan onların hedeflere ulaşmasına yardımcı olurlar. Güç ihtiyacının bu iki değişik yönü ele alınacak olduğunda; yüksek güç ihtiyacının “ kişiselleşmiş güç” ve “toplumsallaşmış güç ” diye ifade etmek doğru olacaktır.

Toplumsallaşmış güç çoğunlukla etkili liderlikle bağdaştırılır. Bu liderler güçlerini sadece kendi statüsüne katkıda bulunacak şekilde değil de daha çok diğerlerine ve organizasyona katkıda bulunacak şekilde toplumsal yönde kullanırlar. Bu kişiler gücü işler onunla yürüdüğü için arzu ederler. Kişiselleştirilmiş güce sahip olanlar öğüt almayı sevmez ve bu sadece gelecekteki statülerine

stratejik destek içindir. Halbuki sosyallştirilmiş güce sahip olanlar gücün dağıtılması ve paylaşılması ve herkesin iş üzerinde etkin olması gerektiğinin farkındalardır.

Şöyle söylenebilir ki: güç isteğı yönetimin alt kademelerinde gereklidir fakat daha üst kademelerde çok daha fazla gereklidir. Güç kazanma ihtiyacı kuvvetli olan bir kişi, güç ve otorite kaynaklarını genişletme, başkalarını etki altında tutma ve gücünü koruma davranışları gösterecektir.

Güç kazanma ihtiyacında olan bireyler genellikle aşağıdaki özelliklere sahiptir;

-Diğer insanlar üzerinde etki sahibi olmak isterler,

-Kendilerine bu gücü sağlayan durumlarda diğer insanlarla yarışmayı severler.

Güç güdüsü, bireylerin çevreleriyle olan ilişkilerinde, her türlü etkileme araçlarını ellerinde bulundurma ve bunların aracılığıyla çevrelerine egemen olma isteklerini belirtir. Üstün olmak ve başkalarını denetleyecek araçları koruyabilmek için, bu güdüye sahip bireyler, diğerlerine göre daha fazla risk altına girerler. Ancak, bu güdünün yoğunlaşıp yıkıcılık biçimine dönüşmemesine dikkat etmek gerekir.

8.2. Başarı Odaklı

İnsanların kendi meslek alanlarında en iyi olma ve mükemmeli arama tutku ve duygularının altında başarı ihtiyacı saklıdır.

Başarı motivasyonu Henry Murray tarafından geliştirilen motivasyon teorisinden türetilmiştir. David Mc Clelland **başarı ihtiyacı, güç ihtiyacı ve bağlılık ihtiyacı** gibi üç ihtiyacı tanımlamak için Murray'in ihtiyaçlar olgusunu Thematic Apperception Test'ini içine alarak genişletmiştir. Bu üç ihtiyaç beraberce amaçların başarılması için motivasyon kaynağı olarak kullanılmaktadır.

McClelland bu üç ihtiyaç ve güdü içinden en çok başarı güdüsünün birey ve toplumu etki altında bıraktığını iddia etmektedir.

Düşünüre göre, başarıya yönelmiş bireylerin ortak özellikleri şunlardır:

1. Bireyi başarılı olmaya yönelten husus, başarı sonucunda elde edeceği içsel ödüllerden yani başarının ona verdiği kişisel tatminden doğmaktadır. Dışsal ödül ve çıkarla ilgili değildir.

2. Başarılı olmak için faaliyetlerde bulunan birey kişisel güven ve sorumluluk yüklenerek bir sorunu çözmekten hoşlanır. Yaptıkları işin sonucunu görmek isterler.

3. Başarılı olmak için faaliyette bulunan birey başarısızlığın getirebileceğı tehlikeleri de dikkate alarak kendisi için üst derecede ve güç sayılabilecek amaçlar yerine orta ağırlıklı amaçlar belirler. Ancak, başarısına gölge düşürecek olan gerçekleştirilmesi çok kolay iş ve hedeflerden kaçınır. Ancak başarılı olma olasılığı düşük olan sorumluluklar almak da işine gelmez.

4. Başarılı olduğu takdirde bunu değerleyecek ve kendisine yansıtabilecek bir takım kontrol mekanizmasına da sahip olmak isteyecektir. Bu mekanizmanın araçları maddi ödüller olduğu kadar, sözlü övgüler ve yazılı takdirlerde olabilir. Birey başarısının değerlemesini çevresinden, ilgili olduğu

kişi ve kurumlardan elde edeceği yansımadan (geri beslemeden) sağlamaktadır. Ancak, şunu da vurgulayalım ki, bireyi burada etkileyen maddi ödöller değildir. Ama ödölün büyüklüğü onun başarı derecesinin göstergesi veya ölçüsü olmaktadır.

5. Yüksek enerji ve istekle zorlu çalışmalara girerler.

Başarı gösterme ihtiyacı kuvvetli olan bir kişi, kendisine ulaşılması güç ve çalışma gerektiren, anlamlı amaçlar seçecek, bunları gerçekleştirmek için gerekli yetenek ve bilgiyi elde edecek ve bunları kullanacak davranışı gösterecektir.

İnsanların çoğunda başarıma ihtiyacı potansiyel olarak bulunmaktadır, fakat bu ihtiyacın ortaya çıkmasını sağlayacak ortam ve fırsat her zaman bulunmayabilir. Çünkü bu ihtiyacın şiddeti, kişiden kişiye değiştiği gibi, Mc Clelland'a göre, toplumdan topluma da değişiklik gösterir. Bireyin kendi ilgi alanlarında en iyi olma isteği veya mükemmelliğe erişme duygusu başarı güdüsü ile tanımlanabilir.

Bireyleri örgütlerde başarılı hale getirmek için başarısızlıkların kaynağı olan bir takım güçlüklerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Örgütlerde makul ölçüde amaç ve standartlar geliştirmek. Amaç ve standartlarda aşırı sıklığa ya da aşırı gevsekliliğe kaçmamak,

2. İş ortamında belirsizlik ve karmaşıklıkları ortadan kaldırmak için iş basitleştirme, iş bölümü, görev tanımları, yetki ve sorumluluk sınırlarını belirleyerek kişisel görev ve sorumluluklar bakımından bireyleri özendirmek,

3. Örgütlerde başarı değerlendirme ve buna dayalı ödöl ve terfi sistemleri geliştirerek personele somut bir geri besleme sağlamak.

Mc Clelland, toplumların ya da ölkelerin kalkınmalarını başarı güdüsünün daha çok etkisi altında olan girişimcilere sahip olmalarına bağlamaktadır. Bireylerinin örgütlerde başarılı olması için bireysel başarı ve girişimleri özendirecek örgütsel önlemleri almak gerekmektedir.

Başarma ve mükemmelleştirme arzusu başarı ihtiyacı diye adlandırılır. Fakat aynı zamanda, birisi bunu servet biriktirme adına yaparken bir başkası bu başarıya arkadaşlarından statü ve saygı kazanmak için ihtiyaç duyabilir. Ancak başarı ihtiyacının nerden ve nasıl öğrenildiği önemli ve karışık bir sorudur. Ayrıca başarı umuduyla, başarısızlık korkusu arasında bir çatışma olduğu varsayılır. Başarama korkusu insanları denemekten alıkoyar, ya da reddedilme korkusu bir başkasıyla duygusal ilişkiler içine girmeyi engelleyebilir. Dolayısıyla, yaklaşma ve kaçınma eğiliminin gücü başarı ihtiyacının ve başarısızlıktan kaçınma ihtiyacının gücüyle belli olur.

8.3. Bağıllık Odaklı

Mc Clelland'ın bağıllık güdüsü başkaları tarafından sevilme ve kabul edilme isteği olarak gözlemlenir. Bağıllık isteği olan bireyler arkadaşlık için çaba harcarlar, rekabetçi durumlar yerine yardımlaşmacı olanları tercih ederler ve yüksek derecede karşılıklı anlaşma olan ilişkileri seçerler.

Bağıllık ihtiyacı insanın yaşamını yalnız başına sürdüremeyen ve toplumsal niteliğe sahip olduğundan hareketle, diğer kişi ve gruplarla ilişki içinde bulunacağını vurgulamaktadır. Her bireyin belirli insanlarla bağıllık ve onlarla çeşitli derecelerde geliştirmiş olduğu arkadaşlık ve dostluk çerçevesi vardır. Ancak, bu sosyal nitelik ve ihtiyaç kuşkusuz insandan insana farklılık göstermektedir. Kimi insanlar dost ve arkadaş edinmek ve onlarla bir arada olmaktan hoşlanırlar. Bazı insanlar da çoğu sorununu yalnız başına çözmek ister. Ayrıca; ailesi ve çok yakın akrabaları dışında fazla dostluk bağları kurmaktan kaçınırlar. Ancak, az veya çok her insanın sosyo-ekonomik (maddi ve parasal) ve sosyo-psikolojik yönden bağlı olduğu belirli insan ve gruplardan oluşan çevresi mevcuttur.

Bağıllık ihtiyacı başkaları ile ilişki kurma, gruba girme ve sosyal ilişkiler geliştirmeyi ifade etmektedir. Bu ihtiyacı kuvvetli olan birisi, kişiler arası ilişki kurma ve geliştirmeye önem verir.

Bağıllık ihtiyacının temeli ise kendi dışındaki insanlar ve gruplar ile ilişki içinde bulunmasına dayanmaktadır. Dostluk kurmak ve belirli bir arkadaş çevresi edinmek, genellikle insanların hoşlandıkları şeylerdir. Bazı bireylerde başkalarıyla ilişki kurmak eğilimi kuvvetli iken, bazılarında bu eğilim zayıftır. Bireyleri arkadaş aramaya ve insanlarla ilişki kurmaya iten bir takım farklı sebepler vardır. Birey ya gerçekten iyi arkadaşlıktan hoşlandığı için ya da para, çıkar gibi maddi ödüllerden yararlanmak amacıyla arkadaşlık kurabilmektedir

Arkadaşlık kurma ihtiyacında olan bireyler şu özellikleri sergileyebilirler:

- Diğer insanlarla arkadaşlık ve duygusal ilişki içine girmek isterler,
- Diğer insanlar tarafından sevilme, tasvip edilmek isterler,
- Sosyal faaliyetten zevk alırlar,
- Bir gruba katılarak kimlik duygusuna erişmek isterler.

Mc Clelland bu güdülerin her birinin farklı tip tatmin duygusu doğuracağını söyler. Modele göre bireyin bir işi etkili ve verimli biçimde başarma olasılığı;

1. Diğer ihtiyaçlara oranla belirli güdünün gücü,
2. Görevi yerine getirmede başarı olasılığı ve
3. Görev için konulan ödülün değerinin miktarının birleşimine bağlıdır.