

ÜNİTE 1

Girişimcilik Ve Girişimcilik Süreçleri

Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı birçok yazar tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda çoğunlukla; risk, sermayenin tedarik edilmesi, arbitraj ve üretim faktörlerinin koordinasyonu gibi konular ağırlıklı olarak ele alınmıştır.

Birçok yazar girişimciliği, küçük işletme kurulması ve bunların yönetilmesi ile özdeşleştirmiştir. Girişimcilik kavramı, ortaya çıkan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar yaratabilme amacıyla üretimin girdilerini örgütleme yeteneği ve risk alma özellikleriyle bağdaştırılarak açıklanmaya çalışılmaktadır.

Bugün birçok çalışmada girişimcilik ticari girişimciliğin yanı sıra kamu girişimciliği, sosyal girişimcilik, iç girişimcilik gibi kavramlar ile değer yaratımı sonucuna odaklanılarak açıklanmaya çalışılmaktadır. “Kamu Girişimciliği” daha çok kamu kuruluşlarındaki girişimciliği açıklamaya çalışırken “Sosyal Girişimcilik” ise, sivil toplum kuruluşlarının (STK) girişimcilik eylemleri olarak bilinmekte ve incelenmektedir. Öte yandan, hem özelde hem de kamuda geçerli olabilen “İç Girişimcilik” kavramı sıkça gündeme getirilmeye başlanmıştır. Ayrıca, “Küresel Girişimcilik”, “Tekno girişimcilik” gibi uygulamalar yepyeni bir açıdan ortaklıklar kuran, buluşlar, yenilikler yapan, kısaca fark yaratarak değer yaratan girişimcilik yapıları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimcinin Özellikleri

Ticari açıdan bakıldığında, girişimci, ekonomik mal veya hizmet üretmek, pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren, kâr amacı güden ve girişimlerinin sonucunda doğabilecek tüm risklere katlanan kişilerdir. İktisatçılar açısından bakıldığında ise girişimci, değerlerini fazlaştırmak amacıyla kaynaklar konusunda öngöründe bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren, yenilikler ve yeni bir düzen getiren kişi olarak tanımlanır.

Bazı araştırmalar, başarılı bir girişimci olmak için bazı temel kişisel özelliklerin mevcut olması gerektiğini söylemektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Yaratıcılık
- Kendini adanma
- Kararlılık
- Esneklik
- Liderlik
- Tutku
- Kendine güven

Girişimcinin özellikleri ile ilgili olarak yapılan açıklamalarda dört temel unsura dikkat çekilmektedir. Bu unsurlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Yaratım süreci: Yaratıma konu olan şeyin hem girişimci hem de yarar sağlaması amacıyla geliştirildiği kitle için bir değer ifade etmesi gerekmektedir.

Çaba harcanması: Yeni bir ürünün/hizmetin ortaya konulması amacıyla belirli bir zaman ve çabanın harcanmasıdır.

Risk: Girişimci faaliyette bulunduğu alanda belirli riskleri üstlenmek durumundadır.

Getiri: Girişimci olmanın sağlayacağı ödüllerdir. Buradaki en önemli ödül, değer yaratmaktır. Sonrasında elde edilen kâr, başarı düzeyinin de göstergesidir. Değer yaratma ve kâr, bağımsızlık ve kişisel tatmin duyguları izlemektedir.

Girişimcilerin başarıları ve başarısızlıklarıyla ilgili yapılan dikkatli analizlerde, ekonomistler, gelecek vaat eden işletme sahiplerini yakından ilgilendiren anahtar faktörler şunlardır:

- Motivasyon
- Strateji
- Gerçekçi vizyon

Girişimci Düşüncenin Temelleri

Girişimci düşüncenin dört ana bileşeni vardır. Bunlar:

- Yenilikçi ve Yaratıcı Olma
- Risk Alma
- Öncü Olma
- Rekabetçi Düşünme

Yenilikçi ve Yaratıcı Olma: Yenilikçi ve yaratıcı olma; problemlere ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış ve yeni çözümler aramayı ifade eder.

Risk Alma: Girişimcilerin risk üstlenme şekli, katma değer üretme sürecini etkileyen önemli bir davranış türü olmaktadır. Girişimci risk üstlenirken teknolojik değişim, pazar yapısı, kamusal düzenlemeler ve rekabet türü gibi konulara dikkat etmelidir.

Öncü Olma: Öncü olma, uygulama ile ilişkili bir kavramdır. Başkalarını takip etmek yerine, yenilikçi fikri zaman kaybetmeden, rakiplerinden daha fazla vizyon sahibi olduğunun bilinciyle sorumluluk üstlenip, gerekli kararları alarak harekete geçmektir.

Rekabetçi Düşünme: Rekabet, gerek işletmeler gerekse de tüketiciler açısından sağlıklı bir piyasa ortamı yaratır. Rekabet, girişimcilerin piyasada tutunabilmeleri için kaliteli ürünler üretmelerine, verimli çalışmalarına ve tüketici yönlü olmalarını sağlar.

Girişimcilik Süreci

Girişimcilik süreci, bir girişimci tarafından yeni bir girişimin yaratılması sürecini ifade eder. Bu süreç, fırsatların kovalanması mahiyetinde, bir girişimcinin kaynakları bir araya

getirmesi ve örgütsel yapının oluşturulması eylemleri ile sonuçlanır. Literatürde girişimcilik süreçleri genel olarak iki model ile açıklanmaktadır:

- Timmons Girişimcilik Süreci Modeli
- Carol Moore'un Girişimcilik Süreci Modeli

Timmons Girişimcilik Süreci Modelinde yeni işletmeler için üç önemli bileşen bulunmaktadır; fırsat, girişimci ve yeni bir işletme yaratmak ve onu geliştirmek için ihtiyaç duyulan kaynaklardır. Model, fırsat ile başlar ve fırsatların biçimi, büyüklüğü ve derinliği her modelde hem takımın hem de kaynakların biçimini, büyüklüğünü ve derinliğini belirler.

Carol Moore'un Girişimcilik Süreci Modeli ise girişimcilik süreci birbirini takip eden olaylar ve aşamalar olarak tanımlanır. Bunlar; yenilikçi fikir, operasyonları tetikleyecek olaylar, uygulama ve gelişme aşamalarıdır. Buna göre; birçok insan davranışında olduğu gibi, girişimci özellikler, kişisel özellikler ve çevresel faktörler tarafından şekillenir.

Girişimcilik süreci genel anlamda 5 temel soruyu yanıtlar niteliktedir:

- Fırsatlar nerededir?
- Bu fırsatlardan nasıl yararlanılabilir ya da yararlanabilirim?
- Hangi kaynaklara ihtiyaç var?
- Kaynaklar üzerindeki kontrolüm nedir?
- Hangi yapı en uygundur?

Fırsatların Belirlenmesi: Girişimcilik sürecinin merkezinde yatan şey fırsatlardır. Müşteriye mevcut olarak verilen hizmetten daha iyisini vermeyi temsil eder. Fırsatlar, içsel yönelimden daha çok pazar odaklı dışsal bir yönelimi gerektirir.

Kaynakların Bulunması ve Kontrolü: Girişimcilik sürecinde bir sonraki aşama, ihtiyaç duyulan kaynaklar ile bu kaynakların nasıl kontrol edilebileceğinin belirlenmesidir. Aslında önemli olan, bu kaynakların büyüklüğü değil, mevcut kaynakların ne kadar etkin kullanıldığıdır. Bir girişimcinin yapması gereken ilk şey, bir şirketin piyasa ortamında başarılı olabilmesi için hangi kaynakların kritik öneme sahip olduğunu belirlemektir.

Kaynaklar, işletim, finansal, insan ve teknolojik kaynaklar olmak üzere dört bileşenden oluşur. *İşletim kaynakları* ; yeni bir işletme girişiminin hedef ve amaçlarına ulaşabilmesi için ihtiyaç duyulan, binaları, donanımı, teçhizatı ve stokları temsil eder. *İnsan kaynakları* ; mal ya da hizmet üretilirken direk ya da dolaylı olarak katılan her türlü personeli içerir. *Finansal kaynaklar* ; işletme döngüsünün sağlanması için gereken sabit sermaye yatırımları ve çalışma sermayesi yatırımları için gerekli parasal kaynaklardır. *Teknolojik kaynaklar* ; bir işletmenin bilgisayar, telefon ve internet bağlantısı gibi kaynaklarıdır.

Örgütsel Yapı: İşletmenin, ticaret kanunda yer alan şirket türlerinden hangisi şeklinde kurulacağı tamamen girişimciye ait bir karardır. Girişimciler, boğucu bir örgütsel yapı ve bürokrasiden hoşlanmazlar. İşe başlamadan önce örgütsel yapının belirlenmesi; tutulacak zorunlu defterler, vergiler ve diğer hukuki sorumluluklar gibi konular açısından son derece önemlidir.

Girişimcinin İşlevleri

Girişimciler ekonomik ve sosyal açıdan birçok işlevi yerine getirmektedirler. Bu işlevlerden en önemli olanları şu şekilde sıralanabilir:

- Üretimi Organize Etme ve Sağlama
- Ürün Çeşitliliği Sağlama
- İstihdam Yaratma
- Sermaye Birikimi Sağlama

Üretimi Organize Etme ve Sağlama

Girişimciler rekabetçi bir ortamda ayakta kalabilmek için fiyatlarını ayarlamakta ve ürün kalitelerini artırmaktadır. Hayatımızı kolaylaştıran birçok ürünün varlığı girişimciler arasındaki üretimi organize etme ve sağlama çabalarının bir sonucudur. Rekabet ortamı bu nedenle, girişimcileri düşük fiyatla kaliteli mal ve hizmet üretmeye, maliyetlerini düşürmeye ve ürün çeşitlerini artırırken toplumun ihtiyaç yapısına göre üretim yapmaya teşvik etmektedir.

Ürün Çeşitliliği Sağlama

Değişen koşullara ayak uydurulması işletmelerin temel amaçlarından biri olan süreklilik varsayımının da bir gereğidir. Küçük işletmeler daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlama potansiyeline sahiptirler. Ürün çeşitliliği, kalite ve maliyetler açısından yoğun bir rekabet baskısı altında bulunan girişimcilerin teknolojik gelişmeleri yakından takip etmelerini gerekli kılmaktadır.

İleri teknoloji, karmaşık ve yüksek katma değerli ürünler, sürekli yenilik, daha yoğun rekabet, kısa sürede taklit etme, ürün çeşitliliğinde artış, ürün ömrünün kısalması, bilinçli bir tüketici kitlesi, yüksek düzeyde eğitilmiş çalışanlar, entelektüel varlıkların önemliliği gibi nitelikler bilgi toplumlarına özgü bir girişimcinin sürekli olarak karşılaştığı ve uygulamak zorunda olduğu unsurlardır.

İstihdam Yaratma

Rekabetin yoğunlaştığı ekonomik ortamda birçok ülke ekonomik sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunların en önemlilerinden biri istihdam sorunudur. Rekabet, girişimcilerin tüketiciden gelen talep ve beklentileri karşılayacak şekilde üretmesini ve yatırım yapmasını, dolayısıyla ekonomik kaynakların etkin tahsisini sağlar.

Büyük ölçekli işletmelerin verimlilik sorunlarına karşın küçük ve orta ölçekli işletmelerin esnek ve değişimlere açık yapıları ile daha üretken olabilecekleri ve daha çok istihdam yaratabilecekleri düşünülmektedir. İstihdamı yaratan bu girişimciler yeni şirketler kurarak ekonomiye ivme kazandırmışlardır. Girişimciliğin artması yeni kurulan şirketlerin artmasıyla paralel olarak gelişir.

Yeni Pazarlar ve Yeni Satış Yöntemleri Yaratma

Gelişen teknolojiyle birlikte yenilik yaratan girişimciler yarattıkları yeni ürünlerle yeni pazarlar yaratmaktadırlar. Girişimcilerin geleneksel ticaret şekillerinden çıkarak yeni yöntemleri tümüyle benimsemesi, piyasa koşullarını zorlaması ve mevcut iş yapma

kültürünü değiştirmesiyle özellikle son yirmi yılda KOBİ'ler, üretimde, rekabette, yeni iş yaratma ve toplumsal bütünleşmenin sağlanmasında yeniden öne geçmeye başlamıştır. Bir taraftan büyük şirketler bu değişime uyum sağlayabilmek için küçülürken, diğer taraftan da yaratıcı girişimciler sayesinde, özellikle doğmakta olan yeni pazarlarda bu işletmeler oldukça önemli işlevler görmeye başlamıştır.

Sermaye Birikimi Sağlama

Yeni girişimler yaratılması yoluyla ekonomide artan çıktı miktarı, endüstrinin büyümesine ve kârların artmasına yol açar. Bu kârların da yeniden yatırımlar için kullanılması ile yeni istihdam alanları ve sermaye birikimi sağlanır. Gerekli teşvik ve kolaylık mekanizmalarının çalıştırılması durumunda girişimcilik, sermaye birikiminde en önemli unsurlardandır.

Girişimciliğin sermaye birikiminin sağlanmasıyla birlikte önemli bir işlevi de sermayenin tabana yayılmasının sağlanmasıdır. Sadece büyük işletmelerin egemen olduğu bir yapıdan toplumun tüm kesimlerinin refahının arttırılmasında girişimcilik önemli bir araçtır. Ülkede yeni girişimcilerin ve iş olanaklarının yaratılması gelir dağılımının da dengeli olmasını sağlayacak önemli bir araçtır. Sermaye birikimini sağlama ve sermayeyi tabana yayma işlevleri nedeniyle girişimcilik, toplumsal barışın sigortası olma görevini de üstlenebilecektir.