

ÜNİTE 3

Girişimcilikte Yaratıcılık

Giriş

Yaratıcılık, bilimde, sanatta ve hayatın pek çok alanında olduğu gibi girişimcilikte de önem kazanmaktadır. Hatta yaratıcılığın en çok kullanıldığı alanların başında işletmeciliğin geldiğini ileri sürenler vardır. İşletmelerin sağlıklı doğması ve hayatını sağlıklı sürdürmesi bakımından yaratıcılık günümüzde en dikkati çekici ve en aranır yetenek olarak algılanmaya başlanmıştır.

Girişimcilikte İş Fikirleri ve Yaratıcılık

Müşteriye değer, girişimciye kâr, topluma fayda sağlayacak, ürün ve hizmete dönüşebilecek fikirlere iş fikri denir. İş fikirleri işletmelerin ve girişimcilerin itici gücünü, hareket gücünü sağlayan yakıttır. Değişim yaşandığı müddetçe her zaman yeni iş fikirlerine ve bunu ortaya çıkaran yaratıcılığa ihtiyaç olacaktır. Sorunlar gibi ihtiyaçlar ve bunu karşılama biçimleri de sürekli değişecektir. Değişiklik, müşterilerin ihtiyaçlarını etkilemektedir. Müşteriler yeni deneyimler yaşamak ister, önem verdikleri değer verdikleri sürekli olarak değişir. Bu değişime cevap verebilmek ve fayda üretebilmek için, yeni ürün, hizmet ve iş modeli bulmak için yaratıcılığa ihtiyaç duymaktadırlar. Değişimler fırsat ve tehdit üretirler. Fırsatlar iş fikirlerinin en büyük kaynaklarıdır. İş fikri yaratabilmek için değişimleri iyi anlamak ve barındırdığı fırsatları görebilmek gerekir.

Yaratıcılık ve İlgili Kavramlar

Yaratıcılık

Girişimcilikte yaratıcılık sorun bulma ve sorunu giderme ile ilgilidir. Yaratıcılık, var olan şeylerden bir şey elde etmek ve var olup da şimdiye kadar hiç kimse tarafından bir araya getirilmemiş parçaların bir araya getirilmesidir. Yaratıcılık, yoktan var etmek değil, var olanı ortaya çıkarmaktır.

Farklılık

Farklılıkların bir araya getirilmesi yaratıcılığı oluşturur. Elde etmek istediğimiz şey olan farklılık, yaratıcılık ile yaratıcılık da farklılıkla oluşmaktadır.

İlişkilendirmek

Farklılık bulunduktan sonra bunların birbiriyle ilişkilendirilmesi yaratıcılığı tamamlar. İlişkilendirme, fikirlerin birbirini tamamladığı gibi birbirini tetiklemekte ve uyarıcı etki yaparak yeni fikirlerin doğmasına neden olmaktadır. Fikirler ne kadar çok hareket halinde ise başka fikirlerle buluşma ihtimali varsa yaratıcılığın artma ihtimali fazladır.

Yaratıcılık Süreçleri

Yaratıcılık süreçleri çok aşamalı birden fazla model olarak görülmektedir. Birbirine benzer ve birbirinden farklı modellerin olması yaratıcılığın ruhundan kaynaklanmaktadır. Bu modellerin sayısı artırılabilir. Ancak mevcut modellerden dört aşamalı ortak bir model oluşturmak daha açıklayıcı olacaktır:

- Hazırlık
- Kuluçka
- Yaratıcılıkların çıkması
- Fikirlerin değerlendirilmesi ve seçimi

Hazırlık

Bu aşamada sorun hem bulunur hem tanımlanır hem de sorunun çözümüyle ilgili malzeme bulunur. Bu aşamada hedef belirlendikten sonra sorunun çözümü için her türlü girdi toplanır. Bunlar mümkün olduğu kadar farklı olmalıdır. Çünkü farklı girdilerle farklı çıktılar elde edilir.

Kuluçka

Beyin hazırlık aşamasında topladığı ve toplamaya devam ettiği girdilerle belirlediği hedefe ulaşmaya yani sorunu çözmeye çalışır. Bilinçaltı topladığı girdilerle sorunu çözmeye çalışır.

Yaratıcılıkların Çıkması (Evraka)

Kuluçka dönemiyle birlikte kıvılcımlar şeklinde parlamaya başlayan fikirler akmaya başlar. Bu aşamada analitik, mantıksal, yargısal, doğrusal sol beyin değil, akışkan, yaratıcı, doğrusal olmayan özelliklere sahip sağ beyin devrededir.

Fikirlerin Değerlendirilmesi ve Seçimi

Bu aşamada beynin hem sağ hem de sol tarafı birlikte kullanılır. Fikirler seçilirken hedeflere en uygun olan tercih edilir. Fikirler, fizibilite, pazara sunma zamanı, geri dönüş oranı ve risk gibi geleneksel etmenlere göre değerlendirildiği gibi akıllı, nitelikli, yenilikçi, dostça ve eğlenceli özelliklerine bakılarak da değerlendirilir. Bütün bu aşamalardan sonra seçilen fikrin uygulanması için iş planı ve eylem planı yapılarak uygulamaya geçilir.

Yaratıcılığın Temel Unsurları

İnsanların yaratıcılıkları üç şeye sahip olmalarına bağlıdır. Bunlar: Uzmanlık (bilgi alanı), yaratıcı düşünce konusundaki beceriler ve motivasyondur.

Uzmanlık; alan, entellektüel ve teknik bilgidir. Sadece alan bilgisi değildir. Alan dışı bilgi de vardır. Bu özelliğe sahip kişilere ise T tipi insan denmektedir. Araştırmalar yaratıcılığın öğrenilebilir olduğunu daha çok desteklemektedir. Eğitimle yaratıcılığın teknikleri öğretilir, farkındalığı artırılırsa o kimse yaratıcılık için aranan unsurlardan birine sahip olabilmektedir.

Motivasyon; girişimciliğin ilk adımı motivasyondur. Yaratıcılığın da ilk adımı motivasyondur. İki tür motivasyon vardır, iç ve dış motivasyon. Dış motivasyon araçları en çok kullanılan para olmak üzere işten atılma, statü verme, fazla izin kullanma, çeşitli ödüller gibi maddi karşılığı olan şeylerdir. İçsel motivasyon ise zoru başarma duygusu, merak, araştırma, bulma zevki ve sevgisi, kendini gerçekleştirme, saygı, takdir gibi insanın psikolojik ihtiyaçlarıyla ilgili faktörlerdir. Yöneticiler yaratıcılığı sağlamak için içsel motivasyon araçlarını kullanmalıdır. Dışsal motivasyonun yaratıcılığa katkısı çok olmadığı gibi işletmelerde maliyet yaratır.

Yaratıcılığı Artıran Faktörler

Çevre ve çeşitli ortamlar, ağlar, bellek (kayıt), yaratıcılık molaları, ortak alanlar, piyasalar, eğitim, teknolojik ve akademik değişimler yaratıcılığı artıran faktörler olarak sıralanabilir.

Çevre ve Çeşitli Ortamlar

Fiziksel ortamlar, duyuları harekete geçirmeye yardım eden yaratıcılıkta odaklanmayı sağlayan en önemlisi de keşfin bağladığı yer olarak görülürler. Yaratıcılığı ateşlemek ve canlandırmak için fiziki ortamların etkisinin olduğu kabul edilmektedir. Ortamların yaratıcılığa etkisi uyaranlarla ilgilidir. Bazı işletmeler bunun için çalışanların yerlerini değiştirir, bazıları ise çalışanların kalır mekânlarda değişiklik yapabilir.

Ağlar

Teknik bakımdan beyinde oluşan her şey ağlar marifetiyle olmaktadır. Bu ağlar fikir ağlarıdır. Bunu sağlayan yüz milyar nöron bulunmaktadır. Beyin ağları rutin işlerde farklı çalışır, yaratıcılıkta farklı çalışır. Bu nedenle beyni farklı, özgün ağlara, belli ortamlara götürmek gerekir ki rutin değil yaratıcı şekilde ağ ilişkileri kursun.

Bellek (Kayıt)

Fikirler ve önseziler uzun yaşamazlar. Herhangi bir yerde doğan fikirler ve önseziler kullanılmadıklarında ve kayıt yapılmadığında unutulur, kaybolup giderler. Çoğu yaratıcı insan düşünce günlüğü tutar. Onlar bu günlüğün belleği desteklediğine inanırlar. Bu tür kayıtlar zaman zaman gözden geçirmeye imkân sağlayarak hem ilham vermekte hem de bağlantı kurmayı sağlamaktadır.

Yaratıcılık Molaları

Fikirlerin ve önsezilerin doğmasına ve gelişmesine imkân veren yaratıcılık molaları uygulanmaktadır. Yaratıcılık molalarını ilk defa 3M firması uygulamıştır. Firma, çalışanlarına günlük çalışma saatlerinin yüzde on beşini serbest yaratıcılık çalışması sayılabilecek projelerde geçirmesine imkân sunmaktadır.

Ortak Alanlar

Ev ve işyeri dışında olan bu yerler yaratıcılığın yeşerdiği alanlar olarak görülebilir. Bu yerler içinde fiziksel ve entelektüel özelliği olan cafeler de bulunur. Bu mekânlar farklı fikirlerin

çarpıştığı, fikir kalabalıklarının olduğu yerler olmuştur. Resmi olmayan yerler olduğu için hiyerarşisi, bürokrasisi olmayan daha özgür yerlerdir.

Piyasalar

Piyasa ekonomisi yaratıcılığı destekler çünkü kâr ve rekabet güdüsü bu ekonomilerde vardır. Kapitalist ekonomilerde kâr edebilmek ve rekabette güçlü olabilmek hatta rekabet dışı kalabilmek için farklı olmak gerekir.

Eğitim

Yaratıcılığın artırılması konusunda eğitim önemlidir. Yaşam boyu eğitim de yaratıcılığı artıran ve onu besleyen içerikte olmalıdır. Böyle eğitimin yapıldığı ülkelerde yaratıcılık artmakta, yaratıcı ekonomiyle birlikte gelişme ve kalkınma sağlanmaktadır.

Teknolojik ve Akademik Değişmeler

Yaratıcılığın değeri artınca işletmeler için yaratıcı insanların önemi de artmaktadır. Örneğin akademik kurumlar bu tip insanları nasıl yetiştiririz? Sorusunu cevaplandırabilmek için yaratıcılıklarını kullanmaya başlamışlardır. Fikirlerin önemli bir kısmının temelinde akademik araştırmalar yatmaktadır. Akademik olarak üretilen bilgiler başka araştırmalar için platform oluşturmaktadır.

Yaratıcılığı Engelleyen Faktörler

Yaratıcılığı engelleyen faktörler örgütsel ve bireysel olmak üzere iki şekilde ele alınır.

Örgütsel Engeller

Örgütte yaratıcılığın engellendiği durumlar söz konusudur. Bu durumlar genellikle örgütün yapısı ve yönetimiyle ilgilidir ve şu şekilde sıralanabilir:

- Örgütlerde yönetim genellikle üretim, işbirliği, denetim, verimlilik gibi konulara aşırı düşkündür. Bu nedenle yaratıcılık göz ardı edilebilir.
- Yönetim fonksiyonlarının üzerinde çok durulması yaratıcılığa ilgiyi azaltır. Yaratıcılık için yeterli zaman ve kaynak desteği verilmezse yaratıcılık ölür.
- Aşırı bürokrasiye ve hiyerarşiye uygun fiziksel ortamlar yaratıcılığı engeller.
- Örgütlerde türdeş kurulan fikir ve proje ekipleri yaratıcılığı engeller.
- Bireysel ve örgütsel olarak yaratılan fikirlere kayıtsız kalmak ve takdir etmemek yaratıcılığı yok eder.
- Örgütteki tüm çalışanların sürece dâhil edilmemesi yaratıcılığı bir birime hapseder.
- Çalışanların yaratıcı çalışmalar sonucu başarısız olması halinde onların sürülmesi, yerinin değiştirilmesi, statüsünün düşürülmesi şeklinde cezalandırılması yaratıcılığı caydırarak engeller.
- Örgüt içi çekişmeler, hizipler, kavgalar, dedikodular, soruşturmalar yaratıcılığı engeller.

Bireysel Engeller

Yaratıcılığı engelleyen bireysel engeller genellikle yaratıcı tutum ve davranışlarla ilgilidir. Otoriteye saygı, itaat, kalıbın sınırların dışına çıkma korkusu kurallara aşırı uyma (kuralcı) sürüden ayrılanı kurt kapar misali diğerlerinden farklı düşünmek ve farklı davranmanın sakıncalı olacağı bilinci, hata yapma, risk alma korkusu yaratıcılığı engelleyen faktörlerden bazılarıdır. Fikirlerle alay etmek, onlara ön yargılı davranmak, doğar doğmaz hemen mantık süzgecinden geçirmek yine neden olmasın demek yerine mantıksız demek yaratıcılığı engeller. Takım ruhuna sahip olamamak, işbirliği yapamamak, paylaşmamak yine yaratıcılığı engelleyen faktörler arasında görülmektedir. Bireysel alışkanlıklar, rutinler, esnekliğin ve uyumun yetersiz oluşu yaratıcılığı engellemektedir.

Yaratıcılıkta Doğru Bilinen Yanlışlıklar

- Her insan yaratıcı değildir.
- Bazı insanlar doğuştan yaratıcıdır.
- Her alanda yaratıcılık yapılamaz.
- Yaratıcılık sadece üst yönetimde ve Ar-Ge’de gereklidir.
- Yaratıcı düşüncenin değeri, mantıklı olup olmadığına bağlıdır.
- Yaratıcılık uçukluk, hayalcilik, çılgınlıktır.
- Alan bilgisi (teknik bilgi) ve becerilerim yeterlidir.

Yaratıcılık Çeşitleri

Yaratıcılık, ortaya çıkışı bakımından bireysel ve örgütsel olarak ikiye ayrılabilir.

Bireysel Yaratıcılık

Yaratıcılığın temeli olan farklılıkların birleştirilmesi bireysel bazda yapılırsa buna bireysel yaratıcılık denir. Burada önemli olan yaratıcılıkta girdi olarak kullanılan farklılıkların çokluğudur. Bireylerin yaratıcılık kapasiteleri ve alanları da farklıdır. Tek bir alandaki yaratıcılık için farklı girdiler kullanılmak zorundadır. Bireysel yaratıcılığı artıran ortamlar ve tutumlar;

1. Özgün düşüncenin teşvik edildiği ortamlar
2. Farklı disiplinlerin birbirleriyle karşılıklı alışveriş yaptığı ortamlar
3. Fikirlerin teşvik edildiği, cesaretlendirildiği ortamlar
4. Farklılıkların çok olduğu ortamlar
5. Ölçülebilir, kontrol edilebilir bir riskin alınmasının izin verildiği ortamlar
6. Sağ ve sol beynin birlikte kullanıldığı ortamlar

Örgütsel Yaratıcılık

Bireysel yaratıcılıkta farklılık bireyin kendi çabasıyla sağlanırken kurumsal, örgütsel ya da grup yaratıcılığında bireylerin sağladığı farklılıklar bir araya getirilerek farklılıklar çoğaltılır. Çoğalan farklılıklar farklı çıktılara neden olur. Diğer bir ifadeyle farklı fikirlerin yaratılmasını sağlar.

Örgütsel yaratıcılık takım, ekip, grup, kalabalık, topluluk gibi çeşitli seviyelerde ortaya çıkar. İşletmeler yaratıcılığı önce bireysel düzeyde yaparken daha sonra örgütsel düzeyde

yapmaya başlamıştır. Örgütsel düzeydeki yaratıcılıklar oluşturdukları sinerji nedeniyle iyi yönetildikleri takdirde daha fazla yaratıcı sonuçlar çıkarmaktadırlar.

Beyin fırtınası : Örgütsel yaratıcılıkta en çok kullanılan teknik beyin fırtınasıdır. Kaynaştır (combine), uyarla (adapt), abart veya azalt (magnify or minimize), başka biçimde kullan (put to other use), ele (eliminate), yeniden düzenle (rearrange or reverse) maddelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Beyin fırtınası, iyi yönetildiği takdirde düşünce motoru, fikir fabrikası olarak kabul edilmektedir. Kesin olmamakla birlikte takımda üye sayısının en fazla 12 olması istenmektedir. Takımın çalışma süresi 30-60 dakika olmasının uygun olacağı ileri sürülmektedir. Takım üyelerin seanslarda sırayla konuşmaması verimliliği artırmaktadır. Ayrıca takımın bir lider tarafından yönetilmesi gerekmektedir.

Beyin yazma tekniği: Beyin fırtınasından daha yaratıcı olduğu söylenen beyin yazma tekniğinde ise beyin fırtınasında olduğu gibi fikirler çeşitli nedenlerden dolayı saklanmaz. Takımda bazılarının baskın şekilde grubu etkileyerek hep kendi fikirlerinin öne çıkması önlenmektedir. Bu teknikte takımdaki herkes bir fikir (üç dakikada üç fikir de üretilebilir) üretir. Bunları bir kâğıda yazarak masaya koyar. Herkes fikrini yazılı olarak getirdikten sonra içinden tesadüfen biri seçilir, masanın etrafında sıralanan katılımcıdan elden ele geçer. Süreç masadaki tüm fikirler bitinceye kadar devam eder.