

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ÇEŞİTLERİ

ÖĞRENDİKLERİMİZ

GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik serbest piyasa ekonomisinin en önemli gelişim kaynağıdır. Kapitalizmde girişimcilik, düşünce ve inanç özgürlüğü ile birlikte üç temel özgürlükten biri olarak görülmektedir. Kökleri hayallere dayanan ve değerlerle sonuçlanan bir süreçtir.

İçinde eylem barındıran girişimcilik terimi (entreprendre) ilk defa Fransız asıllı İrlandalı iktisatçı **Richard Cantillon** tarafından 1730'larda kullanılmıştır. Cantillon girişimciliği, «henüz değeri belli olmayan bir mal veya hizmeti üretmek üzere üretim faktörlerini elde etmek ve bunları işe koşturmak.» şeklinde tanımlamıştır.

Jan Baptista Say ise girişimcilikte *üretim* girdilerinin örgütlenmesi ve yönetilmesi üzerinde durmuş ve tanıma bunu eklemiştir. Bu tanımla birlikte girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak görülmüştür.

Schumpeter girişimciliği yıkıcı yaratıcılık (eski yerine yeniyi koyma) eylemi olarak tanımlamış ve yenilikçiliğe vurgu yapmıştır.

Yenilik, sadece ürün ve hizmetleri değil; tedarikten pazarlamaya, üretimden örgütlenmeye kadar işletmenin tüm fonksiyonlarını içermektedir.

Dolayısıyla girişimci hem işletme kurulurken hem de işletme hayatını sürdürürken vardır.

Özetle girişimcilik:

- *Sorun ve ihtiyaçları fark etmek,*
 - *Bunları gidermek için ticari hale gelebilecek ürün/hizmet ve toplumsal fayda yaratmak,*
 - *Üretim faktörlerini bir araya getirebilmek ve düzenlemek,*
 - *Bunların tümü için risk almak,*
 - *Yenilik yapmak,*
 - *Fırsatları öngörmek ve değerlendirmek*
- olarak ifade edilebilir.

GİRİŞİMCİ

Mal veya hizmet üretimi için üretim faktörlerinin bir araya getirilmesini sağlayan kişidir. Girişimcinin temel amacı kar elde etmektir. Buna karşılık doğacak riski üstlenir.

Girişimci toplumun gereksinim duyduğu, yani talep edilebilir bir malı veya hizmeti bulup onu üretmeye girişen ve yaratıcılığıyla buna ön ayak olan kişidir.

Girişimcinin, pazarın fırsatlarını görebilen, insanların isteklerinde ortaya çıkan değişiklikleri sezebilen ve bunu değerlendirebilen kişi olması gerekir.

Girişimci karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara katılma cesaretini gösterendir.

Ayrıca girişimci;

- Pazardaki fırsatları ve gelişmeleri tespit eden,
- Pazar fırsatlarını ve gelişmeleri iş fikrine dönüştüren,
- Risk üstlenerek kaynakları bir araya getiren,
- Rekabete karşı önlem alarak kendisini ve işletmesini geliştiren,
- Yenilikçi bir kişidir.

Kimler Girişimci Olabilir?

- Bazen işçi sınıfından yetişmiş bir kişi,
- Bazen işçilikle ilgisi olmayan bir kimse olabilir.
- Bazen teşebbüse bütün sermayesini,
- Bazen sermayesinin bir kısmını koyar,
- Bazen de hiç sermaye koymayarak kurduğu işi başkalarının sermayeleri ile devam ettirir.

Girişimci Tutumlar

- Fırsatların benimsenmesi
- Risk almaya hazır olma
- Yenilik ve değişim için istekli olma

Ancak tutumlar davranışa dönüşmediği takdirde kişi girişimci sayılamaz. Girişimci aynı zamanda inovasyon lideridir. Gücünü yaratıcılığından alır, yaratıcılığı ona sağlayan ise özgür ruhudur. Girişimci yolda karşılaşılan engelleri aşmak adına çözüm üretendir. Belirli bir mesafede koşan atlet gibidir. Düştüğünde koşudan vazgeçmez, üstünü silkeler ve kaldığı yerden koşuya devam eder.

Başarılı Girişimcilerin Özellikleri

Kendine güven,	Başarma ihtiyacı,
Dürüstlük,	İnsanları motive etme kabiliyeti,
Risk almayı seven,	Değişim odaklı,
Yenilikçi,	Duygusal zeka,
Yaratıcı,	Problem çözme kabiliyeti,
Sosyal olma,	Gelişmiş iletişim becerisi,
Fırsatlara odaklanmış,	Proaktif,
Sabırlı,	Başarma ihtiyacı,

GİRİŞİMCİLİK ÇEŞİTLERİ

Kapsamına Göre Girişimcilik Çeşitleri:

Dış Girişimcilik

Yeni bir işletmenin ya da toplumsal fayda üreten yeni bir organizasyonun kurulması başlı başına girişimcilik olarak görülmektedir. Bu girişimciliğe dış girişimcilik denilmektedir. Girişimin doğuşu söz konusudur. İşletmelerin doğuşu bir bebeğin doğuşuna benzetilebilir.

Sağlıklı doğan işletmelerin yaşamı sorunsuz ve ömrü uzun olur. Ama sağlıksız doğan işletmelerin yaşamı sorunlu, ömrü kısa olur. Bebek ölüm oranları ile işletme kapanma oranları birbirine benzemektedir. Kuruluş öncesi dönemine yeterince özen gösterilmeyen işletmeler kurulur kurulmaz kapanmaktadır.

İç Girişimcilik

Kurulmuş ve yaşayan bir işletmenin sınırları içindeki tüm alanlarda;

- Üründe veya hizmette,
- Üretimde,
- Pazarlamada,
- Satın almada,
- Yönetimde,
- Satışta

yapılan yeniliklerin ticari hale gelme çaba ve sonuçlarıdır.

Bu sürece katkıda bulunan işletmede her pozisyonda çalışanı da iç girişimci (intrapreneur) denir. İç girişimcilik, kurulmuş işletme ve örgütlere enerji üreten santral gibidir. İç girişimcilik, işletme ve diğer örgütlerin yaşamını sürdüren itici güçtür. İç girişimcilik aynı zamanda toplumdaki girişimci ve girişimcilik kültürünü artırmaktadır. İç girişimciliğin zayıf olduğu işletmeler direnç ve gelişme güçlerini kaybettikleri için hayatta kalmakta zorlanırlar, bir süre sonra da piyasadan silinirler.

Getirisine Göre Girişimcilik Çeşitleri:

Ekonomik (Ticari) Girişimcilik

Sahibine kar, müşterisine katma değer sağlayan bunu da ürettiği ürün ve hizmetle yapan girişimciliktir. Kar girişimcinin en büyük getirisidir. Yine başarı ölçüsü de karıdır. Dolayısıyla ekonomik girişimciliğin temelinde «verdiğinden fazlasını almak» vardır. Ekonomik girişimciler toplumdaki ekonomik dönüşümü sağlarlar. Bütün dünyada en yaygın olan girişimcilik türü ekonomik olandır.

Ekonomik girişimci için karın sürdürülebilirliği önemlidir. Ekonomik girişimcilikte potansiyel olarak gelir getiren, hisse değerini yükselten her yenilik, patent veya tescil ile yasal olarak güvence altına alınır.

Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişim itibar kazanmak için değil toplumun devlet, işletmeler ve diğer sivil toplum kuruluşları tarafından çözilemeyen sorunlarını çözmek ve tamamen ortadan kaldırmak için uygulanır. Sosyal girişimciliğin temelinde «aldığından fazlasını vermek» vardır. Sosyal girişimcilikte amaç sosyal fayda sağlamaktır. Sosyal girişimciler toplumda sosyal dönüşümü sağlarlar.

Sosyal girişimcilik, kurumsal sosyal sorumluluk ya da hayırseverlik kavramlarıyla karıştırılmamalıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde işletme bir şekilde yatırımın kendisine döneceğini umar. Sosyal girişimci için ise sosyal dönüşümün sürdürülebilirliği önemlidir.

Kadın Girişimcilik

Çalışan kadınların oranı eskiye göre artmış ancak aynı şeyleri girişimcilik için söylemek mümkün değildir. Ülkemizde kadınların işgücüne katılma oranı %26, AB ortalaması ise %55, dünya ortalaması ise %46'dır. Türkiye'de girişim ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı yaklaşık %15.

Crunchbase'in 2017'de yayınladığı bir rapora göre ise tüm dünyada startup ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı %17. Kadın girişimciliği desteklemek amacıyla 2002'de Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kurulmuştur. TOBB bünyesinde «kadın girişimciler» kurulu oluşturulmuştur.

Genç Girişimcilik

Kamucu bir toplum olma özelliğimizden dolayı gençlerin mesleki anlamda öncelikli tercihleri; doktor, öğretmen, polis, memur gibi devlette garanti ücretle çalışacakları bir meslek olmaktadır.

Oysa gelişmiş ülkelerde iş kurmanın da bir kariyer seçeneği olarak görüldüğü bilinmektedir.

Türkiye'de girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında yaklaşık %80'ninin üniversite mezunu olmadıkları görülmektedir. Üniversite eğitimi görmeyenlerin kurdukları işletmelerde çoğunlukla üniversite mezunu gençler çalışmaktadır.

Yeni Girişimcilik

Yeni girişimcilik yeni ve eski sorunları, yeni ürün/hizmetler ve yeni iş anlayışları ile çözen girişimciliktir. Yeni girişimcilik inovasyon ve inovasyon sektörlerine odaklı olan, finansmanı da erişim hedefi de «küresel» olan, bilim ve teknolojiyle evrensel pazarlama becerilerine dayalı bir girişimciliktir. Özetle farklı olanın ve çığır açma potansiyeli olanın peşindedir yeni girişimcilik:

- Yeni sektörler
- Yeni teknolojiler
- Yeni ekonomi

Yeni Girişimcilik Sektörleri

- İnovatif tıp bilgi işlem ve iletişim,
- Bio teknoloji,
- Nanoteknoloji,
- Yenilenebilir enerji,
- Su arıtma,
- Geri dönüşüm,
- Savunma-güvenlik,
- Eğitim teknolojileri

Bu sektörler gelişime açık küresel sektörlerdir. Yeni nesil girişimciler iş fikirlerini bu alanlardan bulmalıdır. Giderilmek istenen ihtiyaca ya da çözülmek istenen soruna yönelik ürün ve hizmetler diğer ülke insanları tarafından da talep görmelidir.