

# *GİRİŞİMCİLİK*

*Yrd. Doç. Dr. Canan AKSOY*

2018\_II

## KAYNAKLAR

- Apak, S., Taşcıvan, K.H., Aksoy, M., 2010, Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri, Papatya Yayıncılık, İstanbul. Akpınar, S., 2011, Girişimciliğin Temel Bilgileri, Umuttepe Yayınları, Kocaeli. Arıkan, S., 2008,
- Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara. Döm, S., 2012,
- Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, Ankara. Ernst, M., Woods, T., 2001,
- Profiles in Agricultural Entrepreneurship, Cooperative Extension Service, University of Kentucky College of Agriculture. Çetin, B., 2013,
- Uygulamalı Tarım Ekonomisi, Nobel Yayıncılık, Ankara. Lambing, P., Kuehl, C.R., 2000,
- Entrepreneurship, Second Edition, Prentice Hall, New-Jersey. Müftüoğlu, M.T., Haliloğlu, N., 2011,
- Nasıl Girişimci Olunur?, Turhan Kitabevi, Ankara. Rehber, E., Tipi, T., 2005,
- Tarımsal İşletmecilik ve Planlama, Uludağ Üniversitesi Yayın No: 425, Bursa. Seelig, T.L. (Çev:N.Önoğlu), 2010,
- İnovasyon: Girişimcilik Üzerine Yaratıcı Çalışmalar, Kuraldışı Yayınları, İstanbul. Tikici, M., Aksoy, A., 2009,
- Girişimcilik ve Küçük İşletmeler, Nobel Yayıncılık, Ankara. Tutar, H., Altınkaynak, F., 2013, Girişimcilik (Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci), Detay Yayıncılık, Ankara.

## Girişimcilik Ders İçeriği

1	Girişimcilik ve girişimci kavramları
2	Girişimciliğin tarihsel gelişimi
3	Girişimcilik ve ekonomik gelişme
4	Girişimcilik ölçütleri
5	Girişimcilik, iş kurma koşul ve ilkeleri
6	Girişimci özellikleri ve becerileri
7	Girişimcilikte yaratıcılık ve yenilik
8	Ara sınav
9	Girişimcilikte karar alma süreci ve aşamaları
10	Girişimcilikte finansman kuruluş ve kaynakları
11	Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları
12	Girişimciliği etkileyen faktörler
13	Türkiye’de girişimcilik, yasal prosedür ve teşvikler
14	Dünyada tarımsal girişimcilik uygulamaları
15	Türkiye’de tarımsal girişimcilik alanları ve olanakları
16	Final sınavı

*“Karşıdakinin gördüğü ile sizin aynaya baktığınızda gördüğünüz aynı şey değildir.”*



## **Girişimci Kimdir?**

Bilinenleri en iyi yapan ve h nerlerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, y r rl ēe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir

## Girişimcilik

- a) *fırsat girişimciliği* : temelde, pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktır
- b) *yaratıcı girişimcilik* :yeni bir fikir veya buluşun ya da mevcut olan bir mal veya hizmetin tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara sunulmasıdır.

**Girişimcilik**; yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır.

Girişimcinin zenginlik üretirken üç temel kaynağı vardır.

*Kendi enerjisi, erişebildiğı sermaye ve ilişki kurduğı insanlar (sosyal ağlar).*

**Başarılı Girişimcilerin Ortak Özellikleri nelerdir???????**

## *Girişimci kişinin 10 önemli özelliği*

- Kendini tanıma
- Kendini motive etme
- Cesaret
- Özgüven
- Sabır
- Hızlı karar verme
- Tecrübe
- Bilgi
- Azim
- İstek



İçindeki girişimciyi  
harekete geçir!

Girişimcilik kavramını farklı yazarlar farklı şekilde tanımlamakla birlikte Girişimci denilince akla şu 3 anlayış gelmektedir:

- ❖ İş yapan kişi...
- ❖ şeyleri veya hizmeti yapan, üreten, satan veya alıp satan kişi...
- ❖ Bağımsız bir iş sahibi...

Farklı tanımlara bakıldığında 3 tanım türü görölmektedir:

- ❖ **Değere-Dayalı Tanım:** ‘Girişimi sayesinde değer yaratan kişi’
- ❖ **Özelliklere Dayalı Tanım:** Girişimci kendine özgü bireysel beceri, özellik istidat ve tecrübeler sayesinde başarılı, yaratıcı ve buluşçu iş lideri olabilen kişidir.
- ❖ **Davranışa-Dayalı Tanım:** Girişimci bir girişimi harekete geçiren, bunun için gerekli kaynakları biraraya getiren ve risk alabilen kişidir.

Girişimciler ayrıca şu kavramlarla oldukça ilgilidirler:

- ❖ Başarı
- ❖ Kar
- ❖ Refah yaratma
- ❖ Toplumda iz bırakma



**Yönetici**, yönetim işini kendine meslek edinerek işletmenin sahibi haline gelmeden girişimcinin yaptığı her işi yapan ve bu hizmetleri karşılığında ücret alan kişidir.



**Girişimci**, emek, sermaye, hammadde ve diğer üretim faktörlerini bir araya getiren; risk alan ve bu riskin karşılığında kar elde eden kişidir.



# BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİ ÖZELLİKLERİ

## 2.1. Girişimci Olma Nedenleri Ve Girişimciliğin Fonksiyonları

İnsanları girişimci olmaya yönelten birçok faktör bulunmaktadır:

Bu faktörler üç ana grupta toplanabilir:

- ❖ Kar elde etme isteği,
- ❖ Bağımsız olma isteği,
- ❖ Kişisel tatmin sağlama isteğidir.

Bu üç grup faktör daha ayrıntılı incelendiğinde insanları girişimciliğe yönelten diğer faktörlere ulaşılır. Bu faktörler şunlardır:

- ❖ Kendi işinin patronu olmak, başkalarından emir almamak, yeteneklerini kullanabilmek,
- ❖ Bir fikri ya da düşünceyi kendi işini kurarak gerçekleştirmek,
- ❖ İsteddiği bir işte çalışabilmek,
- ❖ Tanınma ve prestij kazanma,
- ❖ Para kazanma ve refah içinde yaşama isteği,
- ❖ Başka insanların göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfedip bu fırsattan yararlanabilmek için işyeri kurmak.

*Girişimci kişiler bazı durumlarda başkasının yanında çalışırken ayrılıp kendi işini kuran kişilerdir. Kişinin başkasının yanında ücretli çalışmasının bazı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.*

### **2.1.1 Ücretle alışmanın Avantajları;**

- ❖ Belli ve düzenli çalışma saatleri vardır.
- ❖ Ücretli izinler ve sağlık hizmetleri gibi imkanlardan yararlanmak mümkündür.
- ❖ Belli bir ücret ve maaş garantisi vardır.
- ❖ Katlanılan bir risk yoktur veya çok azdır.
- ❖ Yıllara göre kıdem ve maaş artışı sağlanır.
- ❖ Özel ikramiye ve kazanç paylaşımı imkanları vardır.
- ❖ Yapılan için karaktere uyması veya motivasyonun yüksek olması durumunda işten kişisel tatmin sağlanabilir.

### **2.1.2. Ücretle alışmanın Dezavantajları;**

- ❖ İktisadi bir problem olduğunda işten atılma riski vardır.
- ❖ Tayinle başka bir yer atanmak söz konusu olabilir.
- ❖ Başkalarının emrinde çalışıldığı için mantıksız, adaletsiz davranışlarla karşılaşılabilir. (Mobbing)
- ❖ çalışanın yerine patronun bir tanıdığının getirilmesi söz konusu olabilir.
- ❖ Ekonomik açıdan alınan ücret birikimi sağlamakta yetersiz kalabilir.
- ❖ Hiçbir zaman gerçek iş güvencesi diye bir şey yoktur.

# Girişimcilerde Bulunması Gereken Beceriler

## . Teknik Beceriler

1. Yazma
2. Sözlü iletişim
3. Çevreyi izleme
4. Teknik yönetim
5. Teknoloji
6. Dinleme
7. Organize etme becerisi
8. Şebeke oluşturma becerisi
9. Yönetmel tarzlar
10. Antrenör türü liderlik
11. Ekip oyuncusu olma

## Yönetim Becerileri

1. Planlama ve amaç oluşturma
2. Karar verme
3. İnsan ilişkiler
4. Pazarlama
5. Finansman
6. Muhasebe
7. Yönetim
8. Müzakere
9. Büyümeı yönetmek

## Kişisel Gelişimsel Beceriler

1. İçsel kontrol / disiplinli olmak
2. Risk almak
3. Yenilikçi olmak
4. Değişime dönük olmak
5. Sabırlı olmak
6. Vizyon sahibi bir lider olmak
7. Değişimi yönetme yeteneğı

## **GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ** Girişimcilik kültürünün tanımı ve özellikleri

Günümüz girişimcisi çabalarını sürdürdüğü ortamda çalışma koşullarını etkileyen faktörleri bilmek, personelin davranışlarını önceden tahmin etmek istemektedir. Personel davranışlarının bilinmesi ise toplumun kültürünün bilinmesini gerektirmektedir. Bu sebeple girişimci çalışma şeklini toplumun kültürüne göre ayarlamak gerektiğini duymaktadır. Aynı zamanda toplum içinde

**Mc Clelland'a** göre, başarı güdüsü yüksek insanların davranışları aşağıdaki gibi olabilmektedir:

- Yeteneklerini zorlayan işlerde daha hızlı çalışırlar.
- Daha hızlı öğrenirler.
- Para, unvan gibi dışsal motivasyon faktörlerine fazla itibar etmezler.
- İş hayatında, arkadaşlarından çok konunun uzmanları ile çalışmak isterler.

Mc Clelland, yüksek başarı güdüsü ile girişimcilik kültürü arasında yakın ilişki olduğunu belirtmektedir.

Girişimcilik kültürünü kısaca **“bir şeyi gerçekleştirme tutkusu”** olarak ifade edebiliriz. Daha önce bulunmayan bir şeyi ortaya koymak girişimcinin en büyük amacıdır. Çoğu zaman görülmüştür ki, kurduğu işte başarılı olan girişimci yeni ve değişik atılımlar ve yatırımlar peşindedir.

Bütün bunlardan anlaşıldığı gibi **girişimcilik kültürü**, girişimciye yeni statü veren , başkalarının kendisine iş imkanı yaratmasını beklemek yerine kendisinin başkaları için iş imkanı yaratmasını sağlayacak bir kültürdür.

Hofstede kültürü değişik düzeyler halinde kategorize etmektedir. Bu kategoriler;

- ❖ Bireyin yaşadığı ülkeye göre ulusal düzey,
- ❖ Bölgesel, etnik, dini ya da dilsel ilişki düzeyi: Çoğu ülkeler kültürel olarak farklı bölgesel, etnik, dinsel ve dilsel grupların bileşiminden oluşmaktadır.
- ❖ Kuşak düzeyi; Büyük ebeveynleri, ebeveynlerden ve onları da çocuklarından ayırmaktadır.
- ❖ Cinsiyet düzeyi; bir kişinin kadın ya da erkek olarak doğduğuna bağlı olarak oluşmaktadır.
- ❖ Sosyal sınıf düzeyi, bireylerin eğitim düzeyine, işine ve uzmanlığına dayanan bir sınıflandırmadır.
- ❖ Bütün bu düzeylerin icra edildiği örgütsel düzey ya da şirket düzeyi.

# Girişimcilik kültürünün oluşmasında motivasyonun yeri

## Motivasyonun yararları

- Rasyonel bir motivasyon sistemi girişimci ve işletme için şu yararları sağlar:
- Girişimcinin ekonomik beklentilerini olanaklı kılacaktır.
- Girişimcinin “ego”larını tatmine yönelecektir.
- Girişimcinin yaratıcılık ve önderlik niteliklerini ortaya çıkarmasına zemin hazırlayacaktır.
- Kişiler arası olumlu rekabeti geliştirecektir.
- Girişimcilerin, girişimcilik ruhunun oluşmasında güdülerin önemli rol oynadığı gerçeği, yönetimde motivasyonun önemini açıkça ortaya koymaktadır. Girişimcilik kültüründe motivasyon, “girişimcilerin birtakım amaçları gerçekleştirmeleri için çeşitli güdülerle teşvik edilmesi” olarak tanımlanır.

Bu değişik düzeylerden kaynaklanan zihni programlar, toplumsal uyum için zorunlu değildir. Modern toplumlarda bu düzeyler kısmen çatışma halinde olurlar. Örneğin; dini değerler jenerasyon değerleriyle, cinsiyet değerleri örgütsel uygulamalarla çatışabilir. İnsanlar arasında çatışan zihni programlar, yeni bir durumda insanların kendi davranışlarını belirlemesini zorlaştırmaktadır.

Türk girişimcileri motive eden faktörlerin belirlenebilmesine yardımcı olacak araştırma sayısı oldukça yetersizdir. Bunlardan bir tanesi Orta ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayan girişimcilerin mevcut işletmelerini hangi girişimcilik değerlerinin etkisinde kalarak kurduklarını ve onları motive eden yaşam değerlerinin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlayan bir araştırmadır.

Araştırmada yapılan veri analizi sonucunda, girişimcilerin baba meslekleri 31 tane farklı meslek ismi altında toplanmıştır. Ancak bu isimler ilgili oldukları daha üst isimler altında toplanmış ve 7 meslek grubu ortaya çıkmıştır. Bu gruplar içinde en fazla oranı % 21.67 ile **esnaf kesimi** oluşturmaktadır. Bunu % 20.91 ile **tüccar**, % 19.39 ile **sanayici**, % 13.30 ile **memur ve memur emeklisi**, % 9.88 ile **çiftçi** ve % 9.12 ile **diğer meslekler** (turizmci, mühendis, müteahhit vb.) izlemektedir. Araştırmada baba mesleğiyle girişimci bireyler arasında olumlu bir ilişki gözlenmektedir. Girişimcilerin % 43'e **yakın bir kısmının** baba meslekleri girişimcilikle yakın ilişkisi olan tüccarlık ve esnaflıktan oluşmaktadır.



### Güdüleme Araçlarının Hiyerarşisi

<b>Yüksek girişimci niteliğe sahip çalışanlar:</b>	<b>Düşük girişimci niteliğe sahip çalışanlar:</b>
1. Yetenek ve kabiliyetleri geliştirme fırsatları	1. Yetenek ve kabiliyetleri geliştirme fırsatları
2. Sorumluluk alma	2. İyi iş arkadaşlığı, samimi ortam
3. Değerli şeyler başarmak için fırsatlar	3. Sorumluluk alma
4. İyi iş arkadaşlığı, samimi ortam	4. Değerli şeyler başarmak için fırsatlar
5. Daha fazla bağımsız çalışma	5. Üstler tarafından önemsenme, takdir edilme
6. Yükselme imkanları	6. Daha fazla bağımsız çalışma
7. Yüksek maaş ve ücret	7. Şirkete hissedar olma
8. Şirkete hissedar olma	8. Yüksek maaş ve ücret
9. Çalışma saatlerini seçme özgürlüğü	9. Çalışma saatlerini seçme özgürlüğü
10. Üstler tarafından önemsenme, takdir edilme	10. Yükselme imkanları
11. İş güvencesi	11. İş güvencesi

# Girişimcilik Türleri

## 4.1. Genel bir sınıflama

Girişimciler her şeyden önce iki kategoriye ayrılabilir; **kamu girişimcileri** ve **özel girişimciler** (piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimciler). Kamu girişimcileri genellikle kısıtlamalar altında dışarıdan gelen dürtülerle karar verir. Piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimci ise, dinamik ve **olağan girişimci** olarak ikiye ayrılabilir. **Dinamik girişimciler**, sadece ürünlerdeki veya süreçlerdeki değişimle ilgilenmemekte aynı zamanda yeni pazarlar, hammadde kaynakları ve örgütlenme biçimleri aramaktadır. Bu tür girişimciler olanla yetinmeyip her zaman yenilikler meydana getirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenirler. **Olağan girişimci ise**; yeni bir şeyler ortaya koymak yerine olanla yetinen ve dinamik girişimcinin açtığı yolda ilerleyen girişimcidir.

### 3. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

#### 3.1. Girişimcilik kültürünün tanımı ve özellikleri

Günümüz girişimcisi çabalarını sürdürdüğü ortamda çalışma koşullarını etkileyen faktörleri bilmek, personelin davranışlarını önceden tahmin etmek istemektedir. Personel davranışlarının bilinmesi ise toplumun kültürünün bilinmesini gerektirmektedir. Bu sebeple girişimci çalışma şeklini toplumun kültürüne göre ayarlamak gerektiğini duymaktadır. Aynı zamanda toplum içinde 16

çalışmayı sürdüren işletmeyi o toplumun teknolojik seviyesi ve kanunları da etkileyecektir. Bundan anlaşılıyor ki bir girişimci için kültür, işletmenin kuruluş amacını, faaliyetlerini etkileyen, inançlar, değerler ve bireyler arası ilişkilerin tamamıdır.

Mc Clelland'a göre, başarı güdüsü yüksek insanların davranışları aşağıdaki gibi olabilmektedir:

- ❖ Yeteneklerini zorlayan işlerde daha hızlı çalışırlar.
- ❖ Daha hızlı öğrenirler.
- ❖ Para, unvan gibi dışsal motivasyon faktörlerine fazla itibar etmezler.
- ❖ İş hayatında, arkadaşlarından çok konunun uzmanları ile çalışmak isterler

**Girişimcilik kültürünü** kısaca “bir şeyi gerçekleştirme tutkusu” olarak ifade edebiliriz. Daha önce bulunmayan bir şeyi ortaya koymak girişimcinin en büyük amacıdır. Çoğu zaman görülmüştür ki, kurduğu işte başarılı olan girişimci yeni ve değişik atılımlar ve yatırımlar peşindedir.

**Girişimcilik kültürü,** girişimciye yeni statü veren , başkalarının kendisine iş imkanı yaratmasını beklemek yerine kendisinin başkaları için iş imkanı yaratmasını sağlayacak bir kültürdür.

Bireyin girişimcilik ruhunun oluşmasında ekonomik ve psikolojik etkenlerin önemli bir güdüleme aracı olduğu söylenebilir. Birey, mevcut yaşam standardını yükseğe çıkartmak isteyebilir. Örgüt içinde girişimci kendine düşen görevi yerine getirmeye istekli olmadıkça hiçbir şekilde başarıya ulaşılamaz. Birey girişimcilik ruhunu geliştirmek için istekli olmalıdır. Motivasyonun rolü ise bu işteği yaratmak, geliştirmek ve sürdürmek olmalıdır.

Hofstede kültürü değişik düzeyler halinde kategorize etmektedir. Bu kategoriler;

- ❖ Bireyin yaşadığı ülkeye göre ulusal düzey,
- ❖ Bölgesel, etnik, dini ya da dilsel ilişki düzeyi: Çoğu ülkeler kültürel olarak farklı bölgesel, etnik, dinsel ve dilsel grupların bileşiminden oluşmaktadır.
- ❖ Kuşak düzeyi; Büyük ebeveynleri, ebeveynlerden ve onları da çocuklarından ayırmaktadır.
- ❖ Cinsiyet düzeyi; bir kişinin kadın ya da erkek olarak doğduğuna bağlı olarak oluşmaktadır.
- ❖ Sosyal sınıf düzeyi, bireylerin eğitim düzeyine, işine ve uzmanlığına dayanan bir sınıflandırmadır.
- ❖ Bütün bu düzeylerin icra edildiği örgütsel düzey ya da şirket düzeyi.

Bu değişik düzeylerden kaynaklanan zihni programlar, toplumsal uyum için zorunlu değildir. Modern toplumlarda bu düzeyler kısmen çatışma halinde olurlar. Örneğin; dini değerler jenerasyon değerleriyle, cinsiyet değerleri örgütsel uygulamalarla çatışabilir. İnsanlar arasında çatışan zihni programlar, yeni bir durumda insanların kendi davranışlarını belirlemesini zorlaştırmaktadır.

Türk girişimcileri motive eden faktörlerin belirlenebilmesine yardımcı olacak araştırma sayısı oldukça yetersizdir. Bunlardan bir tanesi Orta ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayan girişimcilerin mevcut işletmelerini hangi girişimcilik değerlerinin etkisinde kalarak kurduklarını ve onları motive eden yaşam değerlerinin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlayan bir araştırmadır.

Araştırmada yapılan veri analizi sonucunda, girişimcilerin baba meslekleri 31 tane farklı meslek ismi altında toplanmıştır. Ancak bu isimler ilgili oldukları daha üst isimler altında toplanmış ve 7 meslek grubu ortaya çıkmıştır. Bu gruplar içinde en fazla oranı % 21.67 ile esnaf kesimi oluşturmaktadır. Bunu % 20.91 ile tüccar, % 19.39 ile sanayici, % 13.30 ile memur ve memur emeklisi, % 9.88 ile çiftçi ve % 9.12 ile de diğer meslekler (turizmci, mühendis, müteahhit vb.) izlemektedir. Araştırmada baba mesleğiyle girişimci bireyler arasında olumlu bir ilişki gözlenmektedir. Girişimcilerin % 43'e yakın bir kısmının baba meslekleri girişimcilikle yakın ilişkisi olan tüccarlık ve esnaflıktan oluşmaktadır.

## Girişimcilik Türleri

### 4.1. Genel bir sınıflama

Girişimciler her şeyden önce iki kategoriye ayrılabilir; **kamu girişimcileri** ve **özel girişimciler** (piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimciler). Kamu girişimcileri genellikle kısıtlamalar altında dışarıdan gelen dürtülerle karar verir. Piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimci ise, dinamik ve olağın girişimci olarak ikiye ayrılabilir.

**Dinamik girişimciler**, sadece ürünlerdeki veya süreçlerdeki değışimle ilgilenmemekte aynı zamanda yeni pazarlar, hammadde kaynakları ve örgütlenme biçimleri aramaktadır. Bu tür girişimciler olanla yetinmeyip her zaman yenilikler meydana getirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenirler. **Olağın girişimci ise**; yeni bir şeyler ortaya koymak yerine olanla yetinen ve dinamik girişimcinin açtığı yolda ilerleyen girişimcidir.

**İç girişimcilik** ise; en basit tanımıyla şirket içerisindeki girişimcilik faaliyetidir. İç girişimciler eyleme dönük olan ve işlerini çok hızlı yapan kişilerdir. Girişimcilikle iç girişimcilik arasındaki fark, girişimci faaliyetin meydana geldiğı yerle ilgilidir.

Girişimciler kendileri için yenilik çabası içerisindeyken iç girişimciler, mevcut bir örgüt adına yenilik çabasını sürdürürler. İç girişimci hem düşünen hem planlayan hem de iş gören gibi çalışan kişidir.

## 4.2. Girişimcilik Tipleri

**Fırsat Girişimciliği:** Mevcut ve potansiyel pazardaki değişimin getirdiği fırsatları görerek veya potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut veya hedef pazara mal satmak amacıyla yapılan girişimciliktir.

Fırsat girişimciliği, pazarda meydana gelen genişleme veya kriz ile birlikte pazara yeterince mal sunulamaması veya pazarın isteğine uygun fiyat ve kalitede mal sunulamaması nedeniyle ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmektedir. Fırsat girişimciliğinden gerektiği şekilde yararlanabilmek için girişimcinin pazardaki fırsatları değerlendirebilecek ve kar elde edebilecek bir bilgi birikimi ve yeteneğine sahip olması gerekir

Her iki girişimcilik çeşidinin en önemli özelliği, girişimcinin mal ve hizmetleri pazara sunması ve risk üstlenme, cesaret ve gücüne sahip bir irade olmasıdır.

**Yaratıcı Girişimcilik:** Yeni fikir ve buluşu ya da mevcut bir mal veya hizmeti dizayn ederek ve fiyat, kalite gibi özellikleri iyileştirerek kar edebilecek şekilde pazara sunulmasıdır. Bir başka ifadeyle yaratıcı girişimcilik, olağan ve olağandışı koşullarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak, detayları d ş neabilen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişidir



Küresel işletmecilikle birlikte girişimciliğin de küresel boyutta yapıldığı görülmektedir. Bu durumda işletme sermayesi ve mal varlığı önemli olup, buna göre girişimcilik 3 gruba ayrılmaktadır:

- a) **Yerel Girişimcilik:** Henüz yeni bir işe başlayan ve girişimciliğin başlangıcında olan girişimcilik türüdür. Bu girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi sınırlıdır.
- b) **Bölgesel Girişimcilik:** Girişimciliğin yerel girişimciliğe göre daha ileri aşamasıdır. Bu tür girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi daha fazladır.
- c) **Uluslar arası Girişimcilik:** Bu tür girişimcilikte bir veya daha fazla girişimci bir araya gelerek küresel girişimcilik yapmaktadır. İşletme sermayesi, çalışan sayısı ve iş hacmi çok büyüktür

Girişimcilik sermayenin sahipliğine göre 3 gruba ayrılmaktadır.

- ❖ Özel Girişimcilik: Sermayesinin tamamı şahıslara ait girişimcilerdir.
- ❖ Kamu Girişimciliğı: Sermayesinin tamamı kamuya ait olan girişimcilerdir.
- ❖ Karma Girişimcilik: Sermayesinin bir kısmı özel şahıslara , bir kısmı da kamuya ait olan girişimcilerdir

Bir ülkenin veya bölgenin girişim gücü o ülkenin veya bölgenin ekonomik gücünün göstergesi olmuştur. Girişimcilik gücünün yüksek olduğı bölgelerin ve ülkelerin ekonomik gücünün de yüksek olduğı görölmektedir. Bu bağlamda üretim faktörleri olan sermaye, doğal kaynak ve emek faktörüne dördüncü olarak girişimcilik temel fonksiyonu olan fikri yetenek ve vizyon da ilave edilmektedir. Girişimciler piyasa da gelişme ve değışime önderlik etme veya izleme durumuna göre 2'ye ayrılır.

a) **Yenilikçi Girişimciler:** Piyasadaki değişimi izleyen yeni fikir ve yeni Pazar arayışında olan yeni mal ve hizmet tasarlayan girişimcilerdir. Bu tür girişimciler mevcut mal ve hizmetlerle yetinmeyip sürekli farklı ve farklılaştırılmış mal ve hizmetleri piyasaya sunmak üzere girişim faaliyetinde bulunurlar.

b) **Takipçi Girişimciler:** Piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolunda giden girişimcilerdir

**Bir başka ayrıma göre ise girişimciler 3 gruba ayrılır:**

❖ **Elit bağımsız girişimciler:** Büyük bir holding altında kendi işletmelerine sahip olan ve onları büyük ortaklıklara çevirebilen kişilerdir. Bunların elinde işletmeyi kontrol altında tutabilecek kadar payları vardır.

❖ **Elit model girişimciler:** Bu girişimciler genelde işletme içi girişimciler olarak bilinirler. Büyük ve başarılı işletmelerin genel müdürleridir. İşletmenin kuruluşunda herhangi bir katkıları yoktur. Organizasyonun çalışanı konumundadırlar ve başarısı için uğraşırlar.

❖ **Model girişimciler ya da işletme içi girişimciler:** Bu gruptaki girişimciler hiçbir aile avantajı olmadan kendi çabalarıyla en alt kademedен yukarıya doğru kariyer yapan ve bu sırada bir çok işveren değiştiren kişilerdir. Bu kişiler başarılı işletmelerin genel müdürleridir.

### 6.1.İş Ahlakının Tanımı ve Önemi

“Ahlâk, doğru ve iyi şeyin ne olduğunu veya yanlış ve kötü şeyin ne olduğunu açıklayan bir davranış kodunu oluşturan kural koyucu bir ilkeler seti” olarak genelde tanımlanmaktadır

İş ahlakı genellikle özel teşebbüslerin mal ve hizmet üretiminde ve satışında ahlaki davranmalarının önemi üzerinde durmaktadır. İş ahlakı aynı zamanda “*şirket ahlakı*”, “*fırma ahlakı*” “*işletme ahlakı*”, “*ticaret ahlakı*” ve saire adlar ile de tanımlanmaktadır

**İş ahlâkı** , iş dünyasında davranışlarımıza yol gösteren ahlâki ilkeler ve standartları kapsar.

Başka bir ifadeyle, iş ahlâkı, “doğru ve haklı olmayı esas alan, kanun ve düzenlemelere itaatin daha ötesine giden bir davranış kuralları bütünüdür”.“İş ahlâkı, ekonomi ve iş dünyasının sağladığı olanaklar doğrultusunda sağduyulu seşimler yapmamızda bize yol gösteren ilke ve değerleri inceleyen bir disiplindir.”

Bir işletmenin başlıca sorumluluk alanlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

- ❖ Çalışanlara karşı sorumluluk,
- ❖ Müşterilere (tüketicilere) yönelik sorumluluk,
- ❖ Hissedarlara yönelik sorumluluk,
- ❖ Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk,
- ❖ Devlete karşı sorumluluk,
- ❖ Tedarikçilere karşı sorumluluk,
- ❖ Rakiplere yönelik sorumluluk,
- ❖ Topluma karşı sorumluluk vs.

Türkiye’de iş ahlakı üzerine, özellikle son zamanlarda, yapılan çalışmaların daha çok rüşvet, vergi kaçırma, casusluk ve aldatmaya yönelik iş uygulamaları ağırlıklı olarak ve toplumsal boyutta ele alındığı görülmektedir. Örneğin; etik standartlarının oluşumunda ve uygulanmasında kültürel farklılıkların ele alındığı bir çalışmada, bayan girişimcilerin daha etik davrandıklarını bulunmuştur. Türk pazarlama yöneticilerinin iş ve meslek ahlakı konusundaki tutumlarını inceleyen başka bir araştırmada içinde bulunulan iş koşulları kadar kişinin içinde yetiştiği çevrenin önemine dikkat çekilirken, şirketlere ahlaki konularda denetleme ve yol gösterme fonksiyonuna sahip güçlü bir yapılanma önerisi getirilmektedir.

Kaynaklar :

Doç.Dr. Mehmet Marangoz, Girişimcilik, Beta yayınları, 2.Baskı, 2013

Prof. Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU, Sakarya Üniversitesi, İİBF, Girişimcilik Ders Notları