



Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

Mehmet Ant

MEB Eğitim Yöneticisi

mehmetant1978@gmail.com, ORCID:0000-0003-5844-0127

Özet

Bu çalışmada eğitim yönetiminde girişimci liderliğin davranışsal boyutlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Eğitim yönetimi çerçevesinde şekillenen girişimci liderliğin davranışsal yönü çok boyutluluk arz etmektedir. Girişimci liderlerin başarıya ulaşma yolları farklı perspektiflerden değerlendirilebilir. Bu anlamda girişimci liderlerin kurumsal açıdan kendi gündemlerini kendilerinin oluşturması ve hedeflerine varmalarını sağlayacak en iyi araç ve teknikleri kullanmaları gerekir. Davranışsal boyutta girişimci liderlik tümüyle formüllere bağlanabilecek bir durum değildir. Girişimci liderlerin motivasyonlarını olabildiğince yüksek tutmaları, işbirliği içerisinde davranmaları, içgüdülerine güvenmeleri ve sezgilerine göre hareket etmeleri gerekmektedir. Girişimci liderler yenilikçi düşünce anlayışına sahip liderler olarak ortaya çıkmaktadır. Yenilikçi düşünce anlayışı farklı metotlar çerçevesinde değişik fikirler geliştirmek ve bunları uygulamaktır, farklı metotlar çerçevesinde değişik fikirler oluşturarak ortaya yeni fikirler koymak, var olan ürünlerin üzerinde değişiklik yaparak daha etkileyici, daha kullanışlı, albenisi olan ürünler haline getirmek, bunun yanında kurumsal yapıda, organizasyonda, süreçte, pazarlamada, ürün ve hizmet alanlarında da denenmemiş, yapılmamış ve geliştirilmemiş faaliyetleri içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Yönetimi, Girişimci Liderlik, Davranışsal Boyutlar

Investigation of Behavioral Dimensions of Entrepreneurial Leadership in Educational Management

Abstract

In this study, it is aimed to examine the behavioral dimensions of entrepreneurial leadership in educational management. The behavioral aspect of entrepreneurial leadership, which is shaped within the framework of educational management, is multidimensional. The ways of entrepreneurial leaders to achieve success can be evaluated from different perspectives. In this sense, entrepreneurial leaders should create their own agendas from an institutional point of view and use the best tools and techniques that will enable them to achieve their goals. Entrepreneurial leadership in the behavioral dimension is not a situation that can be completely linked to formulas. Entrepreneurial leaders need to keep their motivation as high as possible, act cooperatively, trust their instincts and act according to their intuition. Entrepreneurial leaders emerge as leaders with an understanding of innovative thinking. Innovative thinking within the framework of the understanding of different methods and apply them to develop different ideas, different methods within the framework of different ideas to put by creating new ideas, by making changes to existing products, more impressive, more useful, is to make products that appeal to you, besides, corporate structure, organization, process, marketing, product and service in the field of untested, not so much involve activities that have not been developed.

Keywords: Educational Management, Entrepreneurial Leadership, Behavioral Dimensions

Giriş

Eğitim yönetimi bir süreçtir. Eğitim yöneticiliği de eğitim yönetimi sürecini doğru bir şekilde yönetme; tüm araçsal donatıları temel amaç ve hedeflere kanalize etme çabası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Liderlik, diğer insanların amaçlarını gerçekleştirme yolunda hevesle çalışmalarını için cesaretlendirme ve onlara yardım etme sürecidir. Bu, bir grubun nereye gideceğini tanımlamasına ve sonra da amaçlarına doğru onu motive eden bir insan etmenidir (Bakan, 2010).

Liderlik olmadan, bir organizasyon tıpkı koro şefi olmadan sadece müzisyenler ve enstrümanlardan ibaret olan bir orkestra gibi sadece insanlar ve makineler karışıklığıdır (Acar, 2020).

Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

Eğitim yönetimi dışında hükümet ve ordudaki liderliğin barış zamanından ziyade savaşta daha önemli hale gelmesi gibi iş hayatındaki liderlik de ekonomik alanda savaş hali patlak verdiği zaman daha önemli hale gelir (Sabuncuoğlu, 2013).

Liderliğin sırrı sözcüğün kendi iğerisindedir. Liderler, izlenen bir varlık olmaya kendini adanmış kişi olup, kurumlar ya da kendileri tarafından değil; kendilerini takip eden kişiler tarafından tanımlanırlar. Lider öyle düşünür: konu olan ise, insanların beni izlemesini nasıl sağlayabileceğimdir (Tabak, 2012).

Liderlik süreci, önder, izleyiciler ve koşullar arasındaki ilişkilerden oluşan karmaşık bir süreçtir. Bu süreci yöneten ve şekillendiren aktör olarak liderin davranışsal olarak güdülendirmesi önemlidir (Acar, 2020).

Dünyanın giderek artan karmaşası içinde, liderler, duymak isteseler de istemeseler de, kendilerine bağlı olanlardan doğru bilgi ve haber almaya giderek daha çok zorunludurlar (Bakan, 2010).

Doğruyu söyleyen izleyiciler ve onlara kulak veren liderler yenilmez bir bileşim oluştururlar. İyi izleyici, liderine en iyi ve doğru biçimde bilgi ve görüş iletmekle yükümlüdür. Liderlerin asla kabul etmemeleri gereken tek izleyici tutumu, hoşnutsuzluk değil, suskunluk olmalıdır (Murray, 2016).

Çoğunluk liderliği üretim, para ve güç gibi şeylere sahip olmak ile aynı sayar. Halbuki hepimiz řu çok zengin fakat mutsuz ve yalnız kişinin hikayesini biliriz. Yahut kuvvetli ama tutarsız ve hilekâr adamı da biliriz. Bu insanlar yıldız olabilir ama bizlere hiç de lider gibi gelmezler (Sabuncuoğlu, 2013).

Liderlikte hedeflenen doruk nokta, kişisel ve ortak memnuniyettir. Bunu belki çalışma sahasında yükselişte, belki başarılı bir firma kurarak yahut muhtaçlara yardım elini uzatarak hissettirebilecek kişi liderdir (Tabak, 2012).

Başarılı liderlik esrarengiz bir şey değildir. Liderlerin kendi gündemlerini kendilerinin oluşturması ve hedeflerine varmalarını sağlayacak en iyi araç ve teknikleri kullanmaları gerekir. Ama liderlik tümüyle formüllere bağlanabilecek bir ey değildir. Liderlerin içgüdülerine güvenmeleri ve sezgilerine göre hareket etmeleri gerekir (Acar, 2020).

EĞİTİM YÖNETİMİNDE GİRİŞİMCİ LİDERLİĞİN DAVRANIŞSAL BOYUTLARI

1. Yenilikçilik

Yenilik kavram olarak bir süreci hem de bir sonucu ifade etmektir, dolayısıyla süreç olarak yenilik bir fikri pazarlanabilir bir değere dönüştürecek yapının kurulması ve bu yapının sürdürülmesini, sonuç olarak ise teknolojiye gelişme ve yenileşmeyle gerçekleşen ürün ya da hizmet yeniliğini ifade etmektedir (Bakan, 2010).

Bu kapsamda yenilikçilik, bir kurum için yaratıcı çalışanların mevcut olması gerektiğini vurgulamakta ve bunun için liderlerin öncelikle çalışanların hedefleri ile örgütsel hedefleri uzlaştırmaları gerektiğini ifade etmektedir (Acar, 2020).

Ayrıca yaratıcılık için, çalışanların resmi iş tanımlarının dışında faaliyetlerle ilgilenmesinin de önü açılmalıdır. Çalışanların da farklı uyarılara maruz bırakılması farklı fikirler üretmelerini sağlayabilecektir (Zile, 2019).

Birçok araştırmacı, kurumlar için yenilikçiliğin önemine işaret etmektedir. Günümüzde özellikle büyük örgütlerin yenilik yapmayı öğrenmeleri gerekmektedir, aksi takdirde yoğun rekabet ortamında yaşamlarını sürdürmeleri ve daha da ilerlemeleri mümkün olmayacaktır (Sabuncuoğlu, 2013).

Nitekim Koçel de bu zorunluluğa dikkat çekerek, yeniliğin kurumlara rekabet gücü sağladığını ve kurumların sürekli olarak yenilik yapabilecek tarzda yapılanması gerektiğini belirtmiştir (Koçel, 2014).

Fırsatların yakalanması gerçek problemin çözümüne odaklanmak ve olayı basite indirgemek ile mümkündür. Yenilik bilmek, dahi olmaktan ziyade çok çalışmayı gerektirir. Bu bağlamda yenilik için yetenek, yaratıcılık ve bilgi yeterlidir (Tabak, 2012).

Araştırmacılar, yeniliğin örgütler için fiyat ya da kalite avantajından çok daha önemli olduğuna dikkat çekmektedirler. Günümüzün değişim odaklı koşulları, örgütlerin yenilikçiye önem vermelerini zorunlu hale getirmiş gibi görülmektedir (Acar, 2020).

Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

Yenilikçiliğin temel ilkeleri ve öne çıkan özellikleri aşağıda yer almaktadır:

1. Ar-Ge ürün gelişimi
2. Var olan ürün yenilenmesi
3. Kullanılan pazarı değiştirmek
4. Operasyonel aktivite
5. İş modeli yeniliği
6. Hizmetin yeniden kullanımı
7. Lojistik yenilik
8. Pazar ihtiyacını çeşitlendirme
9. Donatıya önem verme
10. Hedefe yönelme (Sabuncuoğlu, 2013).

Bu bağlamda birçok farklı tipe yenilikçilikten bahsedilir. Yenilikçilik çeşitlerini kısaca özetleyecek olursak şunları maddeler halinde sıralayıp açıklayabiliriz:

Ar-Ge ürün geliştirilmesi ile yaşanan yenilik, belki de en çok bilinen ve en kolay anlaşılan yenilik şeklidir. Bu yenilik çeşitinde yapılan işlem, sıfırdan yeni bir ürün, hizmet ya da uygulamayı tasarlayıp ortaya koymaktır (Acar, 2020).

Ancak burada önemli olan bir nokta, sadece tek bir üründe dar kapsamlı yeniliğe odaklanan firmaların, yeniliğin bütününe kaçınma ve yenilikten uzak kalma ihtimalinin var olmasıdır (Murray, 2016).

Var olan bir ürün veya hizmeti orijinal kullanım alanı dışında, yeni bir yerde kullanmak yoluyla yapılan yenilik çok önemlidir. Örneğin iletişim maksadıyla kurulan interneti günümüzde birçok firmanın ticaret ya da eğitim maksadıyla kullanılıyor olması gibi (Zile, 2019).

Kullanılan pazarı değiştirerek yenilik farkındalık oluşturma açısından dikkat çekicidir. Bu tür yenilik, bir ürün ya da hizmetin orijinal pazarı yerine, yeni bir pazarda farklı bir şekilde kullanılmasıdır (Tabak, 2012).

Operasyonel ve lojistik yenilik de yeni bir tür olarak öne çıkmaktadır. Operasyonel ve lojistik dizaynından farklı olarak bir ürün veya hizmetin geliştirilip dağıtılmasıdır. Örneğin internet üzerinden yapılan üniversite eğitimi, uzaktan eğitim, online eğitim, açıktan öğrenim gibi (Sabuncuoğlu, 2013).

İş modeli yeniliği de başka bir yenilik türü olarak gelişmektedir. Bir örgütün, temel iş yapma modelinden farklı olarak, iş modelinde değişiklik yapmasıdır. Örneğin örgütlerin finans departmanlarının iş yapma modellerindeki değişimler gibi (Müftüoğlu, 2022).

Son yarım yüzyıl boyunca araştırma ve geliştirme çalışmaları sürekli olarak yenilikçilik, buluş ile aynı anlamda kullanılmıştır. Bu durum yenilikçilik kavramına verilen önemi göstermektedir (Mirze, 2010).

Oysaki buluş, yeniliğin dar bir tarımıdır ve yenilik, buluşçuluktan öte bir olgudur, dolayısıyla yenilikçilik çok boyutludur ve çoğunlukla karşılıklı ilişkilerle ifade edilir. Radikal veya artışçı; ürün veya süreç yeniliği; idari veya teknolojik yenilik gibi (Acar, 2020).

Radikal yenilikler gidilen yolu değiştiren, süreçsiz, devrimci, orijinal, öncü, temel ve ana yeniliklerdir. Artışçı yenilikler ise süreçleri ilerletmek ve bir adım öteye taşımak için yapılan küçük gelişmelerdir (Müftüoğlu, 2022).

Ürün yeniliği bir firmanın ürettiği nihai ürün ya da hizmetteki yenileştirmeyi ifade ederken; süreç yeniliği ürün ya da hizmeti oluşturma yöntemdeki yeniliği vurgulamaktadır. Bu hususta bazı araştırmacılar da yeniliği yönetsel, formal ya da teknolojik olarak ayırmışlardır (Zile, 2019).

Özellikle teknolojik yenilik, temel çıktılara etki eden yeni bir fikri uyarlanması iken; idari ve formal yenilik örgütün sosyal yapısı ile ilişkili olan politika ya da kaynaklara yönelik olarak şekillenen yenilikleri kapsamaktadır (Sabuncuoğlu, 2013).

İlgili alanyazın incelendiğinde araştırmacıların büyük bir çoğunluğu girişimci faaliyetleri yenilikçilikle ilişkilendirmekte, hatta bazı araştırmacılar da girişimciliği öznel olarak sadece strateji üretmenin ve geliştirmenin bir boyutu olarak yenilikçilik şeklinde değerlendirmektedirler (Acar, 2020).

Girişimci liderler de dolayısıyla yeni fikirler yaratan yenilikler gerçekleştiren bireyler olarak değerlendirilmektedir. Zira kurumsal girişimciliği örgütün yenilenmesi süreci olarak tanımlayarak, yenilikçiliğin bu yenilenme sürecini iki elemanından birisi olduğunu belirtmektedir (Tabak, 2012).

Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

Konuyla ilgilenen araştırmacılara göre yenilikçilik pazar geliştirme ya da ürün, süreç ve çıktı yenilikleri ve teknolojilerle ilgili yenilikler olarak ayrılmakta; girişimci liderlerin yenilikçi faaliyetlerinin de bu iki noktada karşılaştığını ve bu yönde geliştiğini iddia etmektedirler (Onur, 2007).

Lumpkin ve Dess ise bu ayrımı ürün-pazar yeniliği ve teknolojik yenilikler olarak yapmakta; girişimci liderliğin yenilikçilik davranışının bu iki tür yeniliği de bütünüyle içerdini belirtmektedirler (Acar, 2020).

řu halde girişimci lider açısından yenilikçilik; yeni ürün, hizmet ya da teknolojik süreçlerle sonuçlanacak yeni fikir, yenilik, deneme ve yaratıcılık süreçleri ile ilgilenme eğilimi şeklinde tanımlanabilir (Zile, 2019).

2. Proaktiflik

Schumpeter'den beri girişimcilik alanındaki araştırmacılar, öncü hareket etmenin, ilk olmanın ve girişkenliğin önemine sıklıkla vurgu yapmakta ve bu durumu öne çıkarmaktadırlar (Sabuncuoğlu, 2013).

Bu kapsamda özellikle stratejik yönetim alanında araştırma yapan birçok araştırmacının, pazarda ilk olmanın avantajlarına sıklıkla vurgu yaptıkları; Porter'in rekabet avantajı stratejileri içerisinde ilk olmanın önemini çokça vurgulandığı görölmektedir (Tabak, 2012).

Kurumsal anlamda pazarda ilk hareket eden var olan tüm fırsatları öncelikle elde etme ve takip edenler için son derece güç şartlar yaratarak rekabette öne geçme ve nihayetinde yüksek kar elde etme avantajına sahip olmaktadır (Acar, 2020).

Bunun yanı sıra ilk olan, oluşturduğu marka imajı ile takip edenlerin pazara girmesini de büyük ölçüde zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda, küresel rekabet ortamında yeniliklerde öncü firmaların hayatta kalabilmelerinin ve yüksek başarı elde edebilmelerinin önemli bir aracı olarak görölmektedir (Zile, 2019).

Proaktif terimi, işletme kurumları terimleri sözlüğünde, olaylar meydana geldikten sonra tepki göstermek yerine, geleceğe yönelik bir davranışla sorunları önceden görme ve sorunlarla

mücadeleye dönük adımlar atma şeklinde tanımlanmaktadır (Onur, 2007).

Miller ve Friesen ise proaktifliği, rakipleri takip etmek yerine, onların önde olma çabası; Covin ve Slevin, firmanın sektördeki rakipleri ile agresif ve proaktif olarak rekabet etmesi ve Lumpkin ve Dess ise yeni fırsatları kovalayarak ve çözümlenerek inisiyatifi elde tutmak olarak tanımlamaktadır (Tabak, 2012).

Yukarıda da yer aldığı şekli ile bu tanımlardan yola çıkarak proaktiflik, girişimci lider davranışı olarak düşünüldüğünde, bu davranışın fırsatları keşfetmeyi içerdiği görülmektedir (Acar, 2020).

İnsan, doğası gereği sadece var olan durumu hesaplayan ve gerçekleşmiş olayları değerlendiren bir varlık değildir. Aynı zamanda, etrafındaki fırsatlara karşı sürekli olarak alarmda bekleyen bir yönü de vardır (Zile, 2019).

Bu anlamda girişimci liderin fırsatlara odaklanması, olayları henüz tatmin edilmemiş ihtiyaçlar olarak görebilmesi pazarı ve pazardaki boşlukları görüp hangi yeni ürün konseptlerinin geliştirebileceğinin ayırt edebilmesi ve tüm bunları sürdürülebilir rekabet avantajı yaratabilmek için kullanılması, onun proaktif olması olarak tanımlanabilir (Mirze, 2010).

Bir kişiyi dolayısıyla başarılı bir girişimci lider yapan sadece zekası veya eğitimi değil, onun fırsatları görüp proaktif olarak hareket edebilmesi ve olayların akışını gerektiğinde yönlendirebilmesidir (Tabak, 2012).

Proaktifliği, süre giden bir süreç olarak düşünmek gerekir. Bu bağlamda her ne kadar Knight proaktifliği 'reaktifin karşıtı' olarak tanımlasa da Lumpkin ve Dess bu tanımlamaya karşı çıkarak, proaktifliğin karşıtının reaktiflik değil, pasiflik olduğunu belirtmektedirler (Onur, 2007).

Çünkü reaktiflik rakiplere geç de olsa bir karşılık vermeyi içerirken; pasiflik, fırsatların hiç fark edememeyi ve pazarda geriye düşmeyi ifade etmektedir. Bu görüşü destekler şekilde Chen ve Hambrick (1995) de 'firmalar faaliyet gösterdikleri çevrede teknoloji, yenilikçi, müşterilerle ilişkiler ve rekabette hem proaktif hem de reaktif olmalıdırlar' görüşünü savunmaktadırlar (Acar, 2020).

Chen ve Hambrick (1995) bu kapsamda proaktiflik, rekabet avantajı sağlayacak şekilde kişinin ya da firmanın çevresini şekillendirmesini içerirken; reaktiflik, rakiplerin hamlelerine karşı uyumlu olmayı ihtiva eder demektirler. Dolayısıyla girişimci liderler, fırsat odaklı proaktif olmanın yanı sıra rekabet ve uyum odaklı reaktif de olmalıdırlar (Acar, 2020).

řu halde proaktiflik, harekete geçmede üstünlüğü elde bulundurmasına yaptığı vurgu nedeniyle, yenilikçilikle de yüksek oranda ilişkilidir. Bu noktadan hareketle girişimci lider davranışı olarak proaktiflik, bireyin fırsatları sürekli araştırarak ve sezinleyerek, yenilik yapma yönünde üstünlüğü elde tutma çabası ve bunu geliştirme yönü olarak tanımlanabilir (Tabak, 2012).

3. Risk Alma

Hiç şüphesiz girişimci liderliğin temelinde risk ve risk almak yatmaktadır. Risk elbette tüm örgütlerin faaliyetlerini etkileyen önemli bir değişkendir. Yeni ürün ya da pazar, yeni politika veya süreçler konusundaki kararlar elbette risk içerir (Acar, 2020).

Bir yöneticinin neredeyse verdiği kararların tamamı, bir derece risk içermektedir. Örneğin en basit şekliyle bir iş için personel görevlendiren bir yöneticinin verdiği basit ve rutin bir kararda dahi risk vardır: Acaba iş için yeterli personel görevlendirilmiş midir? Bu kişilerle iş zamanında tamamlanabilir mi? (Zile, 2019).

Girişimci risk ise yeni teşebbüsler, kuruluşlar, ürünler veya süreçler hakkında belirsizlik ve risk altında verilen bu kararlar şeklinde tanımlanabilir. Girişimci lideri aldığı risk, riskin hem belirgin kâr hem de belirgin zarar sınırları içinde yer alma potansiyeline sahiptir ve bu haliyle, yenilikten kaynaklanan bilinçli bir risktir (Özkent, 2015).

Yenilikçi girişimciliğin önemli bir boyutu olarak değerlendirdikleri risk almayı Miller ve Friesen, üst yönetimin, yüksek maliyet getirebilecek başarısızlıkları kabul etme derecesi olarak; girişimci duruşun bir boyutu olarak değerlendiren Covin ve Slevin ise yatırım kararlarını ve stratejik hedeflerin belirsizlik altında icrası olarak tanımlamaktadırlar (Acar, 2020).

Lumping ve Dess ise belirsizliğe vurgu yaparak risk almayı girişimcilik yöneliminin bir boyutu olarak değerlenmekte ve belirsizlik algısı, kayıp ya da olumsuz çıktı ihtimali olarak görmektedirler (Acar, 2020).

řu halde risk almanın örgüt seviyesinde çoğu zaman üst yöntemin stratejik kararları ile; girişimci lider düzeyinde ise yenilik yapmanın getirdiği kaçırılmaz belirsizlikte ilişkilendirildiği söylenebilir (Zile, 2019).

Girişimci liderin o halde risk alma davranışı; liderin belirsizliği algılama derecesi ve yenilikçi eylemin sonunda ortaya çıkabilecek kayıp ya da olumsuzluğu kabul etme düzeyi olarak kabul edilebilir (Özkent, 2015).

Yeni girişimlerle ilgili çoğu karar, hem risk hem de belirsizlik içerir. Karar vericiler bazen verdikleri kararları etkileyebilecek faktörleri değerlendirebilme imkanı bulabilirler, ancak yine de bir çok diğer faktör, belirsiz kalmaya devam eder (Acar, 2020).

Bu noktada karar vericiler, bazı analitik yöntemlerle karşılaşacakları belirsizlikleri azaltmaya çalışırlar. Ancak bu kapsamda her çabanın bir eksikliğinin olacağı da kesindir. Bu nedenle yöneticiler, sürekli olarak kararlarını yetersiz bilgi ve tecrübi hisleri ile vermek zorunda kalırlar (Sabuncuoğlu, 2013).

Birçok durumda yöneticiler belirgin riski bireysel olarak alırlar. Bu noktada alınan risk, örgütün kaybedeceği para değil; çoğu zaman yöneticinin kendi itibar ya da kariyerlerinin tehlikeye girmesidir (Tabak, 2012).

Girişimci eylemlerle çok az ya da hiç destek verilmeyen örgütlerde, bu risk o kadar keskindir ki yöneticiler sırf bu nedenle girişimci riskler almak istemeyebilirler. Bu tür durumlarda yöneticiler için alınan riskin götürüsü, getirisinden çok daha yüksektir (Mirze, 2010).

Böyle bir durum yöneticinin yeni fikir üretmesini, yenilik yapmasını kısıtlayarak, girişimci liderlik sergilemesine engeller veya bazı yöneticiler girişimci niyetlerini örgüt dışında gerçekleştirmeye çalışır ve örgütten ayrılırlar (Özkent, 2015).

Kurulu örgütlerdeki bireyler girişimci hamlelerinin sonuçlarına yönelik olarak belirsizliği ve riski azaltmaya çalışırlar. Eğer örgüt içinde bu tür hamlelere karşı destek olunmazsa, girişimci liderliğe yeltenen birey geri çekilecektir (Zile, 2019).

Böylece her seviyedeki yönetici yeniliklerden kaçarak belirsizliği azaltmaya çalışacaktır. Ancak bu kaçınmanın sonucu örgütün performansının hızla azalması olacaktır. Elbette örgütün kabul edebileceği riskin bir sınırı vardır (Tabak, 2012).

Riskin alınma ölçüsündeki sınır sadece bütçe ile ilgili değil, aynı zaman motivasyonla da ilgilidir. Eğer yöneticilerin girişimci niyetleri başarılı olursa, örgüt içinde riskin getirisinin yüksek olduğu da görülmüş olur (Tabak, 2012).

Brockhaus liderler arasında belirgin fark olmadığını; yöneticilerin risk alma konusunda

Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

desteklenmesiyle, her yöneticinin girişimci davranış sergileyebileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla destekleyici ortam, bireylerin davranışsal boyutta girişimci liderliğini kolaylaştırarak risk alma kapasitelerini de yükseltecektir (Acar, 2020).

Sonuç

Sonuç olarak tüm bu niteliksel tanımlamaların bir takım yaklaşımların ürünü olduğunu söyleyebiliriz. řu halde girişimci liderin daha iyi anlaşılabilmesi için, girişimci liderlik yaklaşımlarının da anlaşılması gerektiği söylenebilir.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde, girişimci liderliği tanımlamada, özellikler, kişilik, yetkinlik, ekonomik uyum, stratejik, yönetsel ve davranışsal yaklaşımlar olmak üzere birçok farklı yaklaşım ortaya konduğu söylenebilir.

Eğitim yönetiminde girişimci liderliğin davranışsal boyutları çerçevesinde girişimci için olmazsa olmaz özellikler sıralandığında, belki de en önde gelen nitelik yaratıcılıktır. Sonuçta girişimci, yeni bir şey yaratan bireydir.

Girişimci lider açısından da yaratıcılık aynı derecede önemlidir. Bir girişimin başlatılması ve başarılı olması, girişimci liderin yaratıcılığı ve bu yaratıcılığını sürdürebilme becerisiyle doğru orantılıdır.

Girişimcilik ile ilgili modeller çerçevesinde girişimci liderin özelliklerini açıklamaya çalışan bazı araştırmacıların, girişimcilikte yaratıcı olmanın dışında birçok ortak özelliğe dikkat çektiği görölmektedir.

Girişimci liderler daha çok bireysel nitelikler bağlamında öne çıkmakta ve girişimci liderlerin bu nitelikleri vizyon, problem çözme, karar verme, risk alma ve stratejik inisiyatif şeklinde kendini göstermektedir.

Girişimci liderler bu ortak nitelikleri bir ölçüde taşımaktadırlar. Yine benzer şekilde girişimci liderin özelliklerini ortaya koymaya çalışan bu tarz liderlerin, belirsizliğe içselleştirerek ona meydan okuduklarını, bir vizyon etrafında kişileri kenetlediklerini, yaratıcı ve dinamik bireyler olduklarını, risk alan ve bağımsız hareket eden kişiler olduklarını ve birer değişim ajanı gibi

hareket ettikleri görülmektedir.

Girişimcilerin öne çıkan özelliklerinden bir diğeri ise sürekli bilgi akışı ile riski azaltmalarındır. Girişimci, sadece körü körüne risk alarak yeni bir iş kurmaz, bunu yaparken, sahip olduğu kişisel temasları, yetkin özellikleri ve sosyal ağları aracılığıyla mümkün olan en fazla bilgiyi toplar ve bunu beceriye dönüştürür.

Girişimci liderler böylece, yeni bir iş kurmada var olan riski en aza indirmeye çalışır, eğer bu bilgi az bulunan ve değerli bir bilgi ise son derece kritik bir bilgi olur ve kurumsal açıdan hayati bir rol dahi oynayabilir.

Sonuçta yapılan araştırmaların ortak bulgusu, girişimcilerin büyük bir sosyal yapı içinde, pozisyonlarından ve sosyal ağlardan etkilendiklerini, bu ağlardan beslendiklerini ve ağlar tarafından girişimcilere bilgi sağlandığını göstermektedir. Dolayısıyla riski azaltmada ve yaratıcılığı geliştirmede içinde bulunulan pozisyonların ve sosyal ağların özellikleri ve girişimcinin buradaki konumu son derece önemlidir.

Kaynakça

Acar Murat, Kurum Kültürünün İnovasyona Etkileri Belirleyicileri, Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2020, s. 49 (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)

Aksoy Müfit, Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) Ve Bilgi Yönetimi, İnovasyon Çeşitleri, http://www.sistems.org/know_info1.htm, (Erişim Tarihi 19.12.2022).

Bakan İsmail, "Liderlik "Türleri" Ve "Güç Kaynakları"na İlişkin Mevcut-Gelecek Durum Karşılaştırması", KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2010, Cilt:12, 73-84. s. 75

Cemal Engin, İnovasyon, Optimist Yayınları, İstanbul, 2014.

Çelik Vehbi, Eğitim Ve Okul Yöneticiliği, Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2005.

Çetin Canan, Yöneticilerin Liderlik Stilleri, İTO Yayınları İstanbul, 2010.

Çetin Canan, Toplam kalite Yönetimi, Beta Yayınları İstanbul, 2015.

Drucker Peter, İnovasyon ve Girişimcilik, Optimist Yayınları, İstanbul, 2016.

Eğitim Yönetiminde Girişimci Liderliğin Davranışsal Boyutlarının İncelenmesi

Durna Ufuk, "Yenilik Yönetimi", Nobel Yayın, Ankara, 2012.

Gümüşlüoğlu Lale, "İnovasyon ve Liderlik", Savunma Sanayi Müsteşarlığı Dergisi, Ekim 2009, s.37, <http://www.ssm.gov.tr/anasayfa/kurumsal/SSM%20Dergisi/2009-3/37-42.pdf> (Erişim Tarihi, 03.12.2022).

Başarılı girişimci liderlerin özelliği, <http://futureleadnow.com/basarili-girisimci-liderlerinin-1-onemli-ozelligi/>(Erişim tarihi: 06.12.2022).

Kaya Ali, Yönetimde İnsan İlişkilerinin Sırları, Eğitim Yayınları, İstanbul, 2009.

Kumar Nochur, İnovasyon Yapmak, Optimist Yayınları, İstanbul, 2014.

Mirze Kadir, İşletme, Literatür Yayınları, İstanbul, 2010.

Murray Kevin, Liderlik Ve İletişim, İş Bankası Yayınları İstanbul, 2016.

Müftüoğlu Tamer, Girişimciler lider vasıflı olmalı, <http://www.kigem.com/girisimci-lider-ruhlu-olmali.html>, (Erişim Tarihi 19.11.2022).

Girişimci Liderlik, <http://www.istanbultalks.com.tr/blogs/girisimci-liderlik/>, (Erişim Tarihi, 22.12.2022).

Onur Gökcek, Yenilik Yönetimi Süreci ve Yenilik Stratejileri: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Çalışması, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2007 (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)

Özkent Bora, Adım Adım İnovasyon, Elma Yayınları, İstanbul, 2015.

Sabuncuoğlu Zeyyat, Tuncer Tokol, Genel İşletme, Pegem Yayıncılık, İstanbul, 2013.

Tabak Akif, Harun Şeşen, Liderlikte Güç Kaynakları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2012.

Zile Hakan, Temel Bileşenleriyle Eğitimde Girişimciliğin Önemi, Alfa Yayınları, İstanbul, 2019.