

GİRİŞİMCİLİK

Temel Kavramlar ve Bazı

Güncel Konular

Prof. Dr. Semra GÜNEY

5. Baskı

Ankara, 2025

Siyasal Kitabevi

Bu kitabın yayın hakkı SİYASAL KİTABEVİ'ne aittir. Yayınevinin ve yayıncısının yazılı izni alınmaksızın kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.

GİRİŞİMCİLİK

Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular

Yazar: Prof. Dr. Semra Güney

Kapak Tasarımı - Sayfa Düzeni: Şeyma Çetin

©Siyasal Kitabevi Tüm Hakları Saklıdır.

3. Baskı: Mart 2008, Ankara

4. Baskı: Temmuz 2015, Ankara

5. Baskı: Şubat 2025, Ankara

ISBN No: 978-625-6586-35-2

Siyasal Kitabevi-Ünal Sevindik

Yayıncı Sertifika No: 14016

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

e-posta: info@siyasalkitap.com

http://www.siyasalkitap.com

Baskı:

Sayfa Basım Sanayi Tic. Ltd. Şti.

Tevfik İleri Mah. Emek Cd. Polat Sk.

No:2 Pursaklar/ANKARA

Sertifika No: 77079

Dağıtım:

Siyasal Kitabevi

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

e-posta: info@siyasalkitap.com

http://www.siyasalkitap.com

GİRİŞİMCİLİK
Temel Kavramlar ve Bazı
Güncel Konular

Prof. Dr. Semra GÜNEY

5. Baskı

*Babam Op. Dr. Vehip Arıkan'ın
Değerli Hatırasına Saygılarımla...*

BEŞİNCİ BASKIYA ÖNSÖZ

Bilindiği üzere girişimcilik son yılların yükselen değeri olarak hem uygulamacıların hem de teorisyenlerin üzerinde en fazla durduğu konuların başında gelmekte, cazibesini hiçbir zaman kaybetmemektedir. Girişimci ruhlar hangi meslek grubuna mensup olursa olsunlar bireysel ve toplumsal düzeyde önemli katma değerler yaratırlar. Girişimci kişilerin özellikleri olarak kabul edilen risk alma, yaratıcılık, cesaret, uzağı görebilme, sezgisellik, orijinallik, sebat, esneklik, öngörü ve belirsizliğe tolerans şeklinde sıralanabilecek onlarca özellik bugün sadece iş insanları için değil doktorlar, mühendisler, hukukçular, eğitimciler, tasarımcılar, medya mensupları, kısacası fark yaratmak isteyen herkes ve her meslek grubu için son derece önemli hale gelmiş durumdadır. Başarılı olmak isteyen herkes geleneksel bakış açılarını bir kenara bırakıp bir girişimci gibi düşünmeye ve çalışmaya başlamalıdır. Özel sektörün ve devletin iş yaratma kapasitesinin belli bir düzeyde bulunduğu günümüz iş dünyasında girişimcilik, ülkesini üst liglere taşımak amacındaki genç beyinlere sınırsız olanaklar tanıyan, kapılar açan, cazip bir çalışma alanı alternatifi sunmaktadır.

Bir kişinin girişimci olmasının çeşitli yolları vardır. Yeni bir iş kurma, halihazırda kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralma ve franchising girişimci olmak isteyen kişiler için birer alternatif olabilir. Bu yolların yanı sıra aile işletmeciliği, sosyal girişimcilik, iç girişimcilik gibi yollar da mevcuttur. Tüm bu başlıklar “Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular” adlı bu eserin önceki baskılarında ayrıntılı bir biçimde ele alınmıştır.

Beşinci baskıda kitaba iki yeni girişimcilik türü daha eklenmiştir. Bunlar “*Dijital Girişimcilik*” ve “*Seri Girişimcilik*” başlıkları altında IV. Bölümde yerlerini almıştır. Bu bölümlerin içeriği en güncel literatür araştırması sonucunda oluşturulmuştur. Her iki konu da içerisinde yaşadığımız dinamik ve değişken dönemde girişimcilik kavramının evriminin nasıl gerçekleştiğini gözler önüne sermektedir.

Bu beşinci baskıda da ilk ve en özel teşekkürüm bu konuda kitap yazmak konusunda bana ilham veren değerli Hocam Sn. Prof. Dr. Halil Can’a olacaktır. İlk baskılarından itibaren bu kitabın hazırlanmasına doğrudan ve dolaylı katkıda bulunan öğrencilerime, Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü’ndeki tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi, saygı ve sevgilerimi sunuyorum. Titiz çalışmaları ile beşinci baskının da gerçekleşmesini sağlayan Siyasal Kitabevi çalışanlarına içtenlikle teşekkür ediyor, eserin girişimcilik alanıyla ilgilenen herkese yararlı olmasını diliyorum.

Prof. Dr. Semra GÜNEY

Beysukent-Ocak 2025

YAZAR HAKKINDA;

Prof. Dr. Semra Güney, 1983 yılında Ankara Bahçelievler Deneme Lisesi'ni, 1989 yılında Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü'nü bitirdi. 1990 yılında Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başlayan Güney, “Kadın Yöneticilerin Liderlik Davranışları” adlı tezi ile 1997 yılında doktor ve 2003 yılında doçent ünvanlarını aldı. 1996 yılında Hollanda Hükümeti'nden aldığı bursla, Maastricht School Of Management'da düzenlenen “Training of Women Entrepreneurs” adlı programa katılmış olan Semra Güney, Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü lisans ve yüksek lisans programında çeşitli derslerin yanı sıra, doktora programında “Girişimcilik” dersini vermektedir. Halen Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü'nde Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Başkanlığı görevini sürdürmekte bulunan Semra Güney'in yerli ve yabancı bilimsel dergilerde yayınlanan çok sayıda makalesi, girişimcilik, aile işletmeleri, genel işletmecilik ve yönetim organizasyon alanlarında yayınlanmış kitapları ve kitap bölümleri bulunmaktadır

E-posta: semguney@hacettepe.edu.tr

İÇİNDEKİLER

KISIM 1 GİRİŞİMCİLİK BÖLÜM I

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ KAVRAMLARI

1. 1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI	19
1. 2. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER	22
1. 3. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN BECERİLER	30
1.4. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ BAZI TEMEL AYRIMLAR.....	32
1.4.1 Girişimci- Küçük İşletme Sahibi Ayırımı	32
1.4.2. Yönetici- Girişimci Ayırımı	33
1.5.GİRİŞİMCİLİĞİN DOĞASI VE ÖNEMİ.....	35
1.6.GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK GELİŞMEDEKİ ROLÜ	36
1.7.GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN EFSANELER	38
1. 8. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI	41
1. 9. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	42
1. 9. 1. Girişimciliğin Avantajları	43
1. 9. 2. Girişimciliğin Dezavantajları	43
1. 10. GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ	45
1. 11. GİRİŞİMCİLİK ÖĞRENİLEBİLİR Mİ?	46

BÖLÜM II GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

2. 1. KLASİK YAKLAŞIMLAR	61
2. 2. ÇAĞDAŞ YAKLAŞIMLAR	70
2. 3. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK	72
2. 3. 1. Türkiye'de Girişimciliğin Evrimi.....	72
2. 3. 1. 1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi	72
2. 3. 1. 2. Cumhuriyet Dönemi	73
2. 3. 1. 3. 1970'li Yıllar	75
2.3.1.4. 1980' li Yıllar ve Sonrası	75
2.3.2. Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler	76
2.3.2.1. Tanımı	76
2.3.2.2. KOBİ'lerin Yararları	77
2.3.2.3. KOBİ'lerin Avantajları, Dezavantajları, Temel sorunları	78
2.3.2.4. Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansal ve Yapısal Sorunları	79

KISIM 2
GİRİŞİMSEL BİR RİSKİ ÜSTLENMENİN YOLLARI
BÖLÜM III

YENİ BİR İŞ KURMA VE MEVCUT BİR İŞLETMEYİ SATIN ALMA

3.1.YENİ BİR İŞ KURMADA BAŞARI ŞARTLARI.....	89
3.2. İŞ KURMA SÜRECİNİN TEMEL ADIMLARI	91
3.2.1. Motivasyona Sahip Olmak	91
3.2.2. Başarılı Bir İş Fikri Belirlemek	93
3.2.3.Çalışma Programı Hazırlamak	93
3.2.4. İş Fikrinin Ön Değerlendirmesini Yapmak	94
3.2.5. İş Fikrinin Yapılabilirlik Araştırmasını Yapmak	94
3.2.6. İş Planı Hazırlamak	95
3.2.7. İş Kurmak	96
3.2.8. İşletmeyi Geliştirmek	96
3.3. YARATICILIK VE YENİLİK	97
3.3.1 Yaratıcılık ve Yaratıcı Bireyin Özellikleri	99
3.3.1.1. Yaratıcı Örgütlerin Özellikleri	101
3.3.1.2. Girişimcilik ve Yaratıcılık	102
3.3.1.3. Yaratıcılığın Aşamaları	104
3.3.1.4. Yaratıcılığı Arttırma Yolları	104
3.3.2. Yenilik (Innovation)	106
3.3.2.1. Yeni Bir İşletmenin Başarısız Olmasının Nedenleri	107
3.3.2.2.Küçük Girişimcilerin Yenilik Çalışmalarında Daha Başarılı Olmasını Sağlayan Nedenler	108
3.4. MEVCUT BİR İŞLETMEYİ SATIN ALMA	109
3.4.1. Mevcut Bir İşletmeyi Satın Almadan Önce İncelenmesi Gereken Konular	110
3.4.1.1. Girişimcinin Kişisel Tercihleri	110
3.4.1.2. Çeşitli Fırsatları Tanımak	110
3.4.1.3. Seçilen İşle İlgili Değerlendirme	110
3.4.2. Mevcut Bir İşletmeyi Satın Almanın Avantajları	111
3.4.3. Mevcut Bir İşletmeyi Satın Almanın Dezavantajları.....	113

BÖLÜM IV

FRANCHISING

4.1. FRANCHISING KAVRAMI VE UNSURLARI.....	121
4.2. FRANCHISING'İN ÖZELLİKLERİ	123
4.3. FRANCHISING ÇEŞİTLERİ.....	124
4.3.1. İmalatçı-Perakendeci Franchising Sistemi	124
4.3.2. İmalatçı-Toptancı Franchising Sistemi	124
4.3.3. Toptancı-Perakendeci Franchising Sistemi	125
4.3.4. Marka Adı Franchising Sistemi	125
4.4. FRANCHISING SİSTEMİNDE İLİŞKİLER	126
4.5. FRANCHISING ALMANIN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI	129
4.5.1. Franchising Sisteminin Franchise Alan Açısından Avantajları.....	129
4.5.2. Franchising Sisteminin Franchise Alan Açısından Dezavantajları	131

KISIM 3

GİRİŞİMSSEL PLANIN GELİŞTİRİLMESİ

BÖLÜM V

PAZARLAMA PLANININ HAZIRLANMASI

5.1. TEMEL KAVRAMLAR	137
5.2. GİRİŞİMCİ İÇİN PAZARLAMA ARAŞTIRMASI	139
5.3. PAZARLAMA ARAŞTIRMASINDA AŞAMALAR.....	140
5.3.1. Birinci Aşama: Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi	140
5.3.2. İkinci Aşama: İkincil Kaynaklardan Veri Toplama	141
5.3.3. Üçüncü Aşama: Birincil Kaynaklardan Veri Toplama	141
5.3.4. Dördüncü Aşama: Sonuçların Analizi ve Yorumlanması	143
5.4. GİRİŞİMCİLER İÇİN PAZARLAMA ARAŞTIRMASININ AMAÇLARI	143
5.5. PLAN VE PAZARLAMA PLANI	143
5.6. PAZARLAMA YÖNETİMİNİN İKİ DÜZEYİ.....	146
5.7. PAZARLAMA PLANLAMASININ TEMEL ADIMLARI.....	147
5.8. PAZARLAMA PLANININ İÇERİĞİ	148
5.9. PAZARLAMA PLANININ ÖZELLİKLERİ VE PAZARLAMA PLANI İÇİN GEREKEN BİLGİLER	149
5.10. PLANLAMA SÜRECİNİ VE PAZARLAMA ÇABALARINI YÖNETMEK	150
5.11. PAZARLAMA PLANI HAZIRLAMA AŞAMALARI	153
5.12. PAZARLAMA VE GİRİŞİMCİLİĞİN ORTAK YÖNLERİ	154
5.13.YENİ BİR GİRİŞİM ÖRNEĞİ OLARAK ÜRÜN GELİŞTİRME.....	154
5.14. KÜÇÜK İŞLETMELER İÇİN GEREKLİ OLAN PAZARLAMA BECERİLERİ	155

BÖLÜM VI

YENİ BİR İŞLETME KURMANIN FİNANSMAN BOYUTU

6.1. FİNANSMAN YÖNETİMİNİN GENEL ÇERÇEVESİ.....	159
6.2. YENİ BİR İŞLETME KURMADA FİNANSMANIN ÖNEMİ	159
6.3. KURULACAK İŞLETMENİN VARLIK DEĞERİNİN BELİRLENMESİ	160
6.3.1. Sabit Sermaye Yatırım Giderlerinin Belirlenmesi	161
6.3.2. Çalışma Sermayesi Giderlerinin Belirlenmesi.....	164
6.3.3. Toplam Yatırım İhtiyacının Belirlenmesi	166
6. 4. FİNANSMAN KAYNAKLARININ ARAŞTIRILMASI	167
6. 4.1. Öz sermaye Kaynakları	168
6.4.1.1. Kişisel Fonlar (Personal Funds)	168
6.4.1.2. Akraba ve Arkadaşlar (Friends and Relatives)	169
6.4.1.3. Melekler (Angels)	169
6.4.1.4. Ortaklar (Partner(s))	175
6.4.1.5. Büyük Sermaye Şirketleri (Corporations).....	176
6.4.1.6. Risk Sermayesi Şirketleri (Venture Capital Companies).....	176
6.4.1.7. Pay Senetlerinin Halka Arzı (Public Offering)	180
6.4.1.8. Kitle Fonlaması Kavramı	180
6.4.2. Yabancı Sermaye Kaynakları.....	182
6.4.2.1. Ticari Bankalar (Commercial Banks)	182
6.4.2.2. İşletmenin Varlıkları Karşılığı Ödünç Veren Kredi Kuruluşları (Commercial Finance Companies).....	183
6.4.2.3. Tedarikçilerden Finansman (Financing From Suppliers)	183
6.4.2.4. Ekipman (Teçhizat) Kredileri	183
6.4.2.5. Sigorta Şirketleri (Insurance Companies)	184
6.4.2.6. Kredi Kooperatifleri (Credit Unions)	184
6.4.2.7. Tahviller (Bonds).....	184
6.4.2.8. Küçük İşletme İdaresi Boçları (Small Business Administration Loans).....	185
6.4.2.9. Devlet Ödenekleri (Government Grants)	185

BÖLÜM VII

İŞ PLANI

7.1. PLANLAMANIN MALİYETİ	192
7.2. İŞ PLANININ ROLÜ	192
7.2.1. İş Planı Bir Analiz Aracıdır.....	192
7.2.2. İş Planı Bir Sentez Aracıdır	192
7.2.3. İş Planı Bir İletişim Aracıdır.	193

7.2.4. İş Planı Faaliyete Bir Çağrıdır.	193
7.3. İş PLANININ FAYDALARI.....	194
7.4. İş PLANININ BAŞARISIZLIK NEDENLERİ.....	194
7.5. İş PLANININ UNSURLARI	195

KISIM 4
GİRİŞİMCİLİKTE BAZI GÜNCEL KONULAR
BÖLÜM VIII
İç Girişimcilik

8.1. TANIM	211
8.2. Girişimci Açısından İç Girişimcilik	213
8.3. Bir İç girişim Yaratma Aşamaları.....	214
8.3.1. İş Fikri.....	214
8.3.2. İş Planı.....	215
8.3.3. Sponsor Bulma	215
8.3.4. Takım Oluşturma ve Yönetme	216
8.4. İç girişimciliğin Başarı Şartları.....	216
8.4.1. Üst Düzey Yönetimin Tam Desteği.....	216
8.4.2. Program İçin Bazı Parametreler Oluşturmak.....	217
8.4.3. Şirketteki Potansiyel İç girişimcileri Bulmak ve Onları Teşvik Etmek	217
8.4.4. Yönetmel Becerileri Geliştirmek	217
8.4.5. İç girişimcilerden Oluşan Bir Ekip Kurmak.....	217
8.4.6. İç girişimcilere Kaynak Sağlamak.....	217
8.4.7. İç girişimcilere Fırsatlar Sunmak	217
8.4.8. İç girişimciler için Uygun Bir Örgütsel İklim Yaratmak.....	217
8.4.9. Destek Mekanizmaları Oluşturmak.....	218
8.5. FIRMA AÇISINDAN İç GİRİŞİMCİLİK	218
8.6. İç GİRİŞİMCİLİK PROGRAMLARI İÇİN ÖRGÜTSEL ÇEVRE	219
8.7. İç GİRİŞİMCİLERİN MOTİVASYONU	220
8.7.1. Kişiliğe İlişkin Motivasyon	220
8.7.2. Dışsal ve Ödül- Temelli Motivasyon	220
8.7.3. Geçmiş Deneyim ve Gelecekteki Mesleki Kariyere İlişkin Motivasyon.....	220
8.7.4. Örgütsel Motivasyonlar.....	220

BÖLÜM IX

GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜR

9.1. TANIM	223
9.2. ÖRGÜTSEL KÜLTÜRÜ OLUŞTURAN ÖĞELER	223
9.2.1. Sosyal ve Fiziksel Çevre	223
9.2.2. Maddi Nesneler	224
9.2.3. Mimari Özellikler	224
9.2.4. Kullanılan Dil ve Metaforlar	224
9.2.5. Hikayeler ve Efsaneler	224
9.2.6. Törenler	225
9.2.7. Davranış Tarzları ve Örgütsel Kurallar	225
9.2.8. Semboller	225
9.2.9. Kahramanlar	226
9.2.10. Değerler, İnançlar ve Tutumlar	226
9.2.11. Temel Varsayımlar	226
9.2.12. Örgüt Tarihi	226
9.3. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜN OLUŞTURULMASI	227
9.4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR	229
9.4.1. Kültürel Yapı	230
9.4.2. Aile Yapısı	238
9.4.3. Eğitim Kurumları	241
9.4.4. Din Faktörü	243
9.5. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN DİĞER FAKTÖRLER	245
9.6. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ	245
9.7. ÜLKEMİZDE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜN GELİŞEMEME NEDENLERİ	247
9.7.1. Sosyo - Kültürel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler	248
9.7.2. Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler	250
9.7.3. İdari ve Siyasi Nedenler	252

BÖLÜM X

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

10.1. GİRİŞİMCİ KADIN KAVRAMI	262
10.2. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ARASINDAKİ FARKLAR	263
10.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YAYGINLAŞMASININ NEDENLERİ	267
10.4. KADIN GİRİŞİMCİLER İLE İLGİLİ BAZI BİLGİLER	268
10.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN HAREKET NOKTALARI VE ÖNEMLİ ÖZELLİKLERİ	272
10.6. KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI SIRLARI	274

10.7. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIĞI PROBLEMLER	275
--	-----

BÖLÜM XI

AİLE İŞLETMELERİ

11.1. AİLE İŞLETMESİ KAVRAMI VE AİLE İŞLETMESİ TANIMLARDAKİ ORTAK NOKTALAR....	287
11.2. AİLE İŞLETMELERİNİN ÇEVRE İLE İLİŞKİSİ	295
11.3. AİLE İŞLETMELERİNİN STATÜSÜ KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLER.....	295
11.4. AİLE İŞLETMELERİNİN MAKROEKONOMİK KATKILARI VE ÖNEMİ.....	296
11.5. AİLE ŞİRKETLERİNİN GELİŞİMİ.....	298
11.6. AİLE İŞLETMELERİNİN ZAYIF YÖNLERİ.....	302
11.6.1. Nepotizm	308
11.6.2. Kuşak Çatışması.....	318
11.6.3. Aile Üyeleri Arasında Güç Mücadelesi	320
11.6.4. Planlama Eksikliği	320
11.6.5. Nüfus Problemleri	321
11.6.6. Roller Çatışması.....	322
11.6.7. Devir Süreci Sorunları	322
11.6.8. Kurumsallaşamama.....	322
11.6.8.1. Kurumsallaşma İhtiyacı.....	324
11.6.8.1.1. Kritik Büyüme Aşamasında Kurumsallaşma İhtiyacı	324
11.6.8.1.2. Nesil Değiştirmede Kurumsallaşma İhtiyacı.....	325
11.6.8.2. Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Sürecinin Aşamaları ve Bu Sürecin Özellikleri	325
11.6.8.3. Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmaya Yönelik Engeller	330
11.6.8.3.1. Yönetim Fonksiyonları ve Kurumsallaşmaya Yönelik Engeller ...	330
11.6.8.3.2. Kurum Kültürü Açısından Kurumsallaşmaya Yönelik Engeller ve Kurum Kültürü ve Kurumsallaşma Önerileri	332
11.6.8.3.3. Çevre Koşullarına Uyum ve Kurumsallaşmaya Yönelik Engeller ve Çevre Koşullarına Uyum ve Kurumsallaşma Önerileri.....	333
11.6.9. Aile İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimine İlişkin Sorunlar	333

BÖLÜM XII

ETİK, SOSYAL SORUMLULUK VE GİRİŞİMCİLİK

12.1. AHLAK, İŞ AHLAKI VE SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMLARI	343
12.2. AHLAKİ YAKLAŞIMLAR	348
12.3. BİR GİRİŞİMCİNİN KARŞILAŞABİLECEĞİ AHLAKİ SORUNLAR.....	350
12.4. GİRİŞİMCİLİĞİN AHLAKİ BOYUTU VE CARROLL'UN AHLAKİ YÖNETİM ANLAYIŞI	350
12.5. AHLAKİ YÖNETİMİN FAYDALARI.....	352

12.6. Organizasyonlarda Ahlaki Uygulamaların Güçlendirilmesinde Girişimcinin ve Liderin Rolü	354
--	-----

BÖLÜM XIII **TEKNOPARKLAR**

13.1. ÜNİVERSİTE SANAYİ İLİŞKİLERİ	367
13.2. ARAŞTIRMA GELİŞTİRME (AR-GE) İŞLEVİ	368
13.2.1. Araştırma ve Geliştirme Kavramını Tanımı ve Amaçları	368
13.2.2. İşletmelerin Araştırma, Geliştirme ve Yenilik Çalışmalarına Önem Verme Nedenleri.....	372
13.3. TEKNOPARKLAR	373
13.3. 1. Bilim Parkı (Science Park)	375
13.3. 2. Araştırma Parkı (Research Park).....	375
13.3. 3. Yenilik Merkezi (Innovation Center).....	376
13.3. 4. İnkübatör (Kuluçka, İlk Gelişim Merkezi).....	376
13.3. 5. Teknoloji Parkı.....	379
13.3. 6. Teknokentler (Teknopol/Teknopolis)	379
13.4. TEKNOPARKLARIN BAŞARILI OLMASINI SAĞLAYAN FAKTÖRLER	380
13.5. TEKNOPARKLARDAN BEKLENENLER	380
13.5.1. Üniversitelerin Beklentileri	380
13.5.2. Sanayicilerin Beklentileri.....	380
13. 6. TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGESİ	381
13.7.TEKNOPARKLARIN İŞLETME TİPOLOJİSİ İÇERİSİNDEKİ YERİ	382
13.8.TEKNOPARKLARIN AMAÇ VE HEDEFLERİ.....	383

BÖLÜM XIV **SOSYAL GİRİŞİMCİLİK**

14.1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK	387
14.2.GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK FARKI	391
14.3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI ÜZERİNE BİR TARTIŞMA	394
14.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ	396
14.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN BİLEŞENLERİ.....	399
14.5.1.Sosyal Değer Yaratma	399
14.5.2.Sosyal Değeri Yaratacak Fırsatları Görme.....	400
14.5.3.Yenilikçi Olma	400
14.5.4.Kaynak Yaratma ve Sürdürülebilir Olma.....	400

BÖLÜM XV
DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK

15.1. DİJİTALLEŞME KAVRAMI VE ÖNEMİ	403
15.2. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE ÖNEMİ	407
15.3. DİJİTAL GİRİŞİMCİLER	417
15.4. GİRİŞİMCİLİK VE DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ FARKLILIKLAR	426
15.5. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ	433
15.6. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN FAYDALARI	436
15.7. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN ZORLUKLARI	440

BÖLÜM XVI
SERİ GİRİŞİMCİLİK

16.1. SERİ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	453
16.2. SERİ GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ	460
16.3. SERİ GİRİŞİMCİLİK ARAŞTIRMA KONULARI	463
KAYNAKLAR	473