

TC. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 1268
AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 704

GENEL İŞLETME

Yazarlar

Prof.Dr. Rıdvan KARALAR (Ünite 1, 2, 3, 5)

Prof.Dr. İnan ÖZALP (Ünite 4, 19)

Doç.Dr. Fermani MAVİŞ (Ünite 6, 7)

Prof.Dr. Ramazan GEYLAN (Ünite 8, 9)

Prof.Dr. Birol TENKEKİOĞLU (Ünite 10, 11, 12)

Prof.Dr. Mehmet ŞAHİN (Ünite 13, 14, 15)

Prof.Dr. Ferruh ÇÖMLEKÇİ (Ünite 16)

Prof.Dr. Nurhan AYDIN (Ünite 17, 18)

Editör

Prof.Dr. Güneş N. BERBEROĞLU



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Anadolu Üniversitesine aittir.
“Uzaktan Öğretim” tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır.
İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt
veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2001 by Anadolu University
All rights reserved

No part of this book may be reproduced or stored in a retrieval system, or transmitted
in any form or by any means mechanical, electronic, photocopy, magnetic, tape or otherwise, without
permission in writing from the University.

UZAKTAN ÖĞRETİM TASARIM BİRİMİ

Genel Koordinatör

Prof.Dr. Levend Kılıç

Genel Koordinatör Yardımcısı

Yard.Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Öğretim Tasarımcısı

Yard.Doç.Dr. Hasan Çalışkan

Grafik Tasarım Yönetmenleri

Prof. T. Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Televizyon Programları Yöneticisi

Prof. Yalçın Demir

Dil ve Yazım Danışmanları

Yard.Doç.Dr. Hülya Pılandı

Okt. Gönül Yüksel

Okt. Serap Cavkaytar

Ölçme Değerlendirme Sorumluları

Öğr.Gör. Ayşegül Tokbudak

Öğr.Gör. Dilek Polat

Kitap Koordinasyon Birimi

Yard.Doç.Dr. Feyyaz Bodur

Uzm. Nermin Özgür

Karikatür

Prof. Atila Özer

Kapak Düzeni

Prof. T. Fikret Uçar

Dizgi

Açıköğretim Fakültesi Dizgi Ekibi

Genel İşletme

ISBN
975-06-0016-9

4. Baskı

Bu kitap ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Web-Ofset Tesislerinde 255.000 adet basılmıştır.
ESKİŞEHİR, Haziran 2004

İçindekiler

Önsöz	xiii
Kullanım Kılavuzu	xiv

İşletme Kavramı	I
EKONOMİK SİSTEM	4
ÜRETİM ÖGELERİ	5
GEREKSİNME VE İSTEKLER	6
TALEP	6
MAL VE HİZMET	7
TÜKETİM VE TÜKETİCİ	9
Tüketim ve Üretim İlişkisi	9
BAŞARI ÖLÇÜTLERİ: ETKENLİK VE İLGİLİ KAVRAMLAR	10
Etkenlikle İlgili Kavramlar	10
Verimlilik (Prodüktivite)	10
Ekonomiklik (Rasyonellik)	11
Kârlılık (Rantablite)	11
İŞLETME KAVRAMI	12
Girişim ve Girişimci	13
Yönetici	14
Özel Girişim	14
Özet	15
Kendimizi Sınayalım	16
Yaşamın İçinden	17
Biraz Daha Düşünelim	17
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	18
Yanıt Anahtarı	18

ÜNİTE 1

İşletmelerin Özellikleri	19
İŞLETMELERİN AMAÇLARI	21
Temel Amaçlar	21
Özel Amaçlar	22
İŞLETMELERİN İŞLEVLERİ	24
İŞLETMELERİN ÇEVRE İLİŞKİLERİ VE SORUMLULUKLARI	26
İŞLETMELERİN GRUPLANDIRILMASI	29
Üretilen Mal ve Hizmet Çeşidi Yönünden İşletmeler	30
Üretim Araçlarının Mülkiyetine Göre İşletmeler	30
Hukuki Yapılarına Göre İşletmeler	31
Ulusal Kökenlerine Göre İşletmeler	31
İşletmelerarası Anlaşmalara Göre İşletmeler	32
İşletmelerin Bölümlendirilmesindeki Diğer Ölçütler	32
Özet	33
Kendimizi Sınayalım	34
Yaşamın İçinden	35
Biraz Daha Düşünelim	36
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	36
Yanıt Anahtarı	36

ÜNİTE 2

ÜNİTE 3

İşletmelerin Kuruluşu	37
KURULUŞ KARARININ OLUŞUMU	39
Kuruluş Karar Süreci	39
Yatırım Düşüncesi	39
Yapılabilirlik (Fizibilite) Araştırmaları	39
Yapılabilirlik Projesi (Ön Proje)	40
Değerlendirme ve Yatırım Kararı	40
Kesin Proje	41
Projenin Uygulanması (Yatırım)	41
Üretime Geçiş	41
KURULUŞ YERİNİN BELİRLENMESİ	42
Kuruluş Yeri Etkenleri	42
Hammadde	43
Ulaştırma	43
Pazara Yakınlık	44
İşgücü	44
Enerji ve Yakıt	45
Su	45
Doğa Koşulları	46
Atıklar	46
Özendirme Önlemleri	46
Öbür Etkenler	47
Özet	48
Kendimizi Sınayalım	49
Yaşamın İçinden	50
Biraz Daha Düşünelim	51
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	52
Yanıt Anahtarı	52

ÜNİTE 4

İşletmelerin Büyümesi	53
İŞLETMELERDE BÜYÜME KAVRAMI	55
BÜYÜME NEDENLERİ	55
BÜYÜME BİÇİMLERİ	57
İç Büyüme	57
Yatay Büyüme	57
Dikey Büyüme	58
Dış Büyüme	59
Dikey Birleşme	59
Yatay Birleşme	61
HUKUKİ VE EKONOMİK AÇIDAN BİRLEŞME TÜRLERİ	62
Karteller	62
Konsernler	62
Holdingleler	62
Tröstler	63
Tam Birleşme	63
Satınalma Yoluyla Birleşme	63
Diğer Birleşme Türleri	64
İŞLETMELERDE KÜÇÜLME	64
Küçülme Yönetimi	65

Özet	67
Kendimizi Sınyalım	68
Yaşamın İçinden	69
Biraz Daha Düşünelim	69
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	70
Yanıt Anahtarı	70

İş Ahlâkı ve Toplumsal Sorumluluk

(Etik-Törel Kurallar) 71

ETİK (TÖREL KURALLAR) KAVRAMININ ANLAMI	74
ETİK KAVRAMININ TANIMI	74
ETİK KAVRAMI VE YASA İLİŞKİSİ	75
İŞLETMELERDE ETİK AÇIDAN SORGULANACAK DAVRANIŞLAR	77
TOPLUMSAL SORUMLULUK VE ETİK	78
ETİK SORUMLULUK VE İŞLETME KARARLARI	79
ETİK ÇATIŞMALARININ NEDENLERİ	80
ETİK KONULARININ SINIFLANDIRILMASI	81
Çıkar Çatışmaları	81
İçtenlik ve Doğruluktan Sapma	82
İletişim	82
Örgütsel İlişkiler	82
ETİK SORUNLARDA TARAFLAR VE İŞLETMELERİN	
İŞLEVSEL ALANLARI	83
İşletme Sahipleri	84
Finans	84
İşletme Çalışanları	85
Yönetim İşlevi	85
Tüketiciler	86
Pazarlama İşlevi	86
Muhasebe İşlevi	86
ETİK DAVRANIŞLARIN DENETLENMESİ	86
ETİK NORMLAR: CAUX ROUND TABLE İLKELERİ	87
İlkelere Giriş	88
Genel İlkeler	88
İşbirliği İlkeleri	89
Özet	91
Kendimizi Sınyalım	92
Yaşamın İçinden	93
Biraz Daha Düşünelim	94
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	94
Yanıt Anahtarı	94

ÜNİTE 5

Yönetim Kavramı 95

YÖNETİMİN TANIMI	97
YÖNETİM TİPLERİ	99
YÖNETİM PİRAMİDİ	100
Tepe Yönetim	100
Orta Yönetim	100
İlk Basamak Yönetim	100
YÖNETİCİNİN ROLLERİ	101

ÜNİTE 6

Bireylerarası Roller	101
Bilgi Sağlama Rollerini	101
Karar Almaya İlişkin Roller	102
YÖNETSEL YETENEKLER	103
Teknik Yetenek	103
Beşeri İlişkiler Yeteneği	103
Kavramsal Yetenek	103
YÖNETİM KAVRAMININ GELİŞİMİ	104
Klasik Yönetim Teorisi	105
Neo-Klasik (Davranışsal) Yönetim Teorisi	106
Modern Yönetim Teorisi	107
Özet	109
Kendimizi Sınayalım	110
Yaşamın İçinden	111
Biraz Daha Düşünelim	111
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	112
Yanıt Anahtarı	112

ÜNİTE 7

Yönetim İşlevleri	113
PLÂNLAMA	116
Plânlama Süreci	116
Örgütsel Amaçların Belirlenmesi	117
Koşulların İrdelenmesi	117
Alternatiflerin Geliştirilmesi	117
Amaçlara Ulaşmak Üzere En İyi Alternatifin Seçilmesi	117
Plânlara Eyleme Geçirilmesi	117
Plân Türleri	118
Stratejik Plânlara	118
Taktik Plânlara	118
Eylemsel Plânlara	118
ÖRGÜTLEME	120
Örgütlenme Süreci	120
Örgütlenme İlkeleri	122
Bölmelere Ayırma	123
YÖNELTME	124
Liderlik	125
İletişim	127
Biçimsel İletişim Biçimleri	128
Biçimsel Olmayan İletişim Biçimleri	129
Grup	129
DENETİM	129
Denetim Süreci	130
Hedeflerin Saptanması	130
Gerçekleşen Sonuçların Ölçülmesi	130
Standartlarla Gerçekleşen Sonuçların Karşılaştırılması	131
Düzeltilici Faaliyetler	131
Özet	132
Kendimizi Sınayalım	133
Yaşamın İçinden	134
Biraz Daha Düşünelim	134

Başvurabileceğimiz Kaynaklar	134
Yanıt Anahtarı	134

İnsan Kaynakları Yönetimi 135

ÜNİTE 8

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ KAVRAMI	137
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN AMAÇLARI	137
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ÖNEMİ	138
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN GELİŞİM SÜRECİ	139
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİ ETKİLEYEN ÇEVRE UNSURLARI ..	142
İç Çevre Unsurları	142
Dış Çevre Unsurları	142
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ FAALİYETLERİNİN ÖRGÜTLENMESİ	143
İNSAN KAYNAKLARI BÖLÜMÜNÜN ÖRGÜT İÇİNDEKİ YERİ	143
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİCİLERİNİN YETKİ KULLANIMI	145
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE DİĞER YÖNETİCİLERİN YERİ ..	145
Özet	147
Kendimizi Sınayalım	148
Yaşamın İçinden	149
Biraz Daha Düşünelim	150
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	150
Yanıt Anahtarı	150

İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevleri 151

ÜNİTE 9

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİ OLUŞTURAN İŞLEVLER	153
İNSAN KAYNAKLARI PLÂNLAMASI	155
Plânlama Yöntemleri	156
Plânlamada Kullanılan Araçlar	156
İŞ ANALİZLERİ	158
İş Analizlerinin Kullanım Alanları	158
İş Analizleri Süreci	158
İş Tanımları	159
İş Gereklere	159
İŞE ALMA	160
Personel Bulma	161
Personel Bulma Yöntemleri	162
Personel Seçme	162
İŞE ALIŞTIRMA VE PERSONEL EĞİTİMİ	164
İşe Alıştırma (Oryantasyon)	164
Personel Eğitimi	165
PERFORMANS DEĞERLEME	166
Özet	170
Kendimizi Sınayalım	171
Yaşamın İçinden	172
Biraz Daha Düşünelim	173
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	173
Yanıt Anahtarı	173

ÜNİTE 10

Pazarlama İlkeleri	175
PAZARLAMANIN TANIMI VE GELİŞİM SÜRECİ	177
Pazarlamanın Gelişim Süreci	179
Üretim Anlayışı Dönemi	179
Satış Anlayışı Dönemi	179
Pazarlama Anlayışı Dönemi	179
PAZARLAMA FONKSİYONLARI	180
PAZAR BÖLÜMLEME VE HEDEF PAZARIN SEÇİMİ	182
Pazar Bölümleme Türleri	183
TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARI	184
PAZARLAMA BİLGİ SİSTEMİ VE PAZARLAMA ARAŞTIRMASI	185
Özet	188
Kendimizi Sınayalım	189
Yaşamın İçinden	190
Biraz Daha Düşünelim	190
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	191
Yanıt Anahtarı	191

ÜNİTE 11

Ürün ve Fiyatlama	193
ÜRÜN KAVRAMI	196
ÜRÜNLERİN SINIFLANDIRILMASI	198
Dayanıklılık Durumlarına Göre Mallar	199
Hedef Alınan Kitle ya da Pazar Bölümüne Göre Mallar	199
Tüketim Malları	199
Endüstriyel Mallar	200
ÜRÜN (MAL) KARMASI KARARLARI	201
YENİ ÜRÜN KAVRAMI	201
ÜRÜN YAŞAM EĞRİSİ	203
Giriş Dönemi	204
Gelişme / Büyüme Dönemi	204
Olgunluk Dönemi	204
Gerileme Dönemi	204
ÜRÜNE İLİŞKİN ÖZELLİKLER	205
Markalama	205
Ambalajlama	205
Etiketleme	207
Fiyat Kavramı ve Fiyatlama	207
Fiyatlamada Gözönüne Alınacak Faktörler	209
Fiyatlama Süreci	209
Fiyatlama Yaklaşımları	210
Yeni Ürün Fiyatlama	213
Ürün Karması Uygulamaları	213
Fiyat Düzenleme Uygulamaları	214
Özet	216
Kendimizi Sınayalım	217
Yaşamın İçinden	218
Biraz Daha Düşünelim	218
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	218
Yanıt Anahtarı	218

Pazarlama Kanalları ve Tutundurma219**ÜNİTE 12**

DAĞITIM	221
Dağıtım Kanalı Türleri	222
Dağıtım Kanalını Oluşturma Kararları.....	225
Dağıtım Politikaları	226
Fiziksel Dağıtım	227
TUTUNDURMA	228
Kişisel Satış	229
Reklam	230
Halkla İlişkiler	231
Tanıtım	231
Satış Geliştirme	231
Tutundurma Karmasının Hazırlanması	232
Tutundurma Yönteminin Seçimi	232
“KAMPANYA” KAVRAMI	234
Özet	235
Kendimizi Sınayalım	236
Yaşamın İçinden	237
Biraz Daha Düşünelim	238
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	238
Yanıt Anahtarı	238

Üretim Sistemleri ve Yönetimi239**ÜNİTE 13**

ÜRETİM KAVRAMI	241
ÜRETİM SİSTEMİ	243
Girdiler	244
Dönüşüm Süreci	244
Çıktılar	245
Geribildirim	245
ÜRETİM SİSTEMİ TÜRLERİ	246
Tek (Proje) Üretim Sistemi	246
Parti Üretimi Sistemi	247
Akıcı (Flow) Üretim Sistemi	248
Sipariş Üretimi Sistemi	250
Sürekli Üretim Sistemi	250
Kitle (Yığın) Üretim Sistemi	250
Grup Teknolojisi Üretim Sistemi	251
Sıfır Stoklu Üretim (JIT) Sistemi	252
ÜRETİMDE JAPON MUCİZESİ	253
Sıfır Stoklu Üretim Sisteminin Yapısı ve İşleyişi	254
ÜRETİM YÖNETİMİ	255
ÜRETİM YÖNETİMİNİN ÇAĞDAŞ BOYUTLARI	256
Özet	259
Kendimizi Sınayalım	260
Yaşamın İçinden	261
Biraz Daha Düşünelim	261
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	262
Yanıt Anahtarı	262

ÜNİTE 14**Üretim Sistemlerinin Tasarım Kuruluş ve İşleyişi 263**

TASARIM KAVRAMI	265
Tasarımda Ussallık	266
SÜREÇ TASARIMI	267
SÜREÇ TASARIMI SİSTEMİ	270
SÜREÇ TASARIMINI ETKİLEYEN TEMEL ETKENLER	272
Ürün Talebi	272
Üretim Esnekliği	273
Otomasyon Düzeyi	273
Ürün Kalitesi	273
Tüketici İle İlişki Düzeyi	274
SÜREÇ TASARIMI MODELLERİ	274
Ürüne Dayalı Süreç Tasarımı	274
Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD)	275
Bilgisayar Bütünleşik Üretim Sistemleri	276
ÜRETİM SİSTEMLERİNİN KURULUŞU VE İŞLETİMİ	277
Yerleşim ve Üretim Hattının Dengelenmesi	277
Üretim Planlaması	278
Bakım-Onarım Planlaması	279
Kalite Kontrolü	280
Özet	282
Kendimizi Sınayalım	283
Yaşamın İçinden	284
Biraz Daha Düşünelim	285
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	285
Yanıt Anahtarı	285

ÜNİTE 15**İşletme Bilgi Sistemi 287**

İŞLETMELERDE BİLGİ GEREKSİNİMİ	289
Bilgi Sisteminin İşletme Sistemi İçindeki Yeri	289
VERİ VE BİLGİ İLİŞKİSİ	290
BİLGİNİN İŞLENMESİ	291
BİLGİ İŞLEME YÖNTEMLERİ	292
ELEKTRONİK BİLGİ SİSTEMİNİN ÖĞELERİ	293
BÜTÜNLEŞİK BİLGİ SİSTEMİ	294
İşletme Bilgi Sistemi Türleri	296
İŞLETME İŞLEVLERİ BİLGİ SİSTEMLERİ	296
Pazarlama Bilgi Sistemi	297
Üretim Bilgi Sistemi	297
İnsan Kaynakları Bilgi Sistemi	299
Muhasebe Bilgi Sistemi	299
Finansal Bilgi Sistemi	300
Üst Yönetim Bilgi Sistemi	300
KÜRESEL BİLİŞİM SİSTEMİ	302
Ofis Otomasyonu	302
İnternet	303
İntranet	304
Özet	305
Kendimizi Sınayalım	306

Yaşamın İçinden	307
Biraz Daha Düşünelim	308
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	308
Yanıt Anahtarı	308
Muhasebe	309
İŞLETMEYE AÇILAN PENCERE: MUHASEBE	311
SAĞLANACAK BİLGİ TÜRÜ YÖNÜNDEN MUHASEBENİN SINIFLANDIRILMASI	312
BİR BİLGİ SİSTEMİ OLARAK MUHASEBE	313
İŞLETME VARLIKLARI VE KAYNAKLARI	314
MUHASEBE EŞİTLİĞİ VE FİNANSAL KAYITLAR	314
FİNANSAL TABLOLAR	318
BİLGİNİN DOĞRULUK VE GÜVENİLİRLİĞİ	319
FİNANSAL ANALİZ	320
Özet	321
Kendimizi Sınayalım	322
Yaşamın İçinden	323
Biraz Daha Düşünelim	323
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	324
Yanıt Anahtarı	324
Finansal Yönetim	325
FİNANSAL YÖNETİM VE FİNANS YÖNETİCİSİNİN ROLÜ	327
FİNANSAL YÖNETİM VE DİĞER BİLİM DALLARI İLE İLİŞKİSİ	329
Muhasebe	329
İktisat	329
Pazarlama, Üretim ve Sayısal Yöntemler	329
FİNANSAL YÖNETİM VE İŞLETME AMAÇLARI	330
FİNANSAL ANALİZ	331
FİNANSAL PLANLAMA VE KONTROL	333
Finansal Gereksinmelerin Tahmini	333
Bütçelerin Geliştirilmesi	335
Proforma Gelir Tablosunun Düzenlenmesi	335
Proforma Bilançonun Hazırlanması	335
Nakit Bütçesi	336
Finansal Kontrol	338
YATIRIM KARARLARI	338
ÇALIŞMA SERMAYESİ (DÖNEN VARLIKLAR) YÖNETİMİ	340
Özet	343
Kendimizi Sınayalım	344
Yaşamın İçinden	345
Biraz Daha Düşünelim	345
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	346
Yanıt Anahtarı	346

ÜNİTE 16**ÜNİTE 17**

ÜNİTE 18

Finansal Sistem ve Kurumlar	347
FİNANSAL PİYASALAR VE FİNANSAL SİSTEM	349
FAİZ, RİSK VE FİNANSAL PİYASALAR	351
FİNANSAL PİYASA TÜRLERİ	352
FİNANSAL KURUMLAR	354
Para Yaratın Finansal Kurumlar	355
Merkez Bankaları	355
Ticaret Bankaları (Mevduat Bankaları)	356
Para Yaratmayan Finansal Kurumlar	357
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	357
Sigorta Kurumları	358
Kolektif Yatırım Kurumları	358
Factoring ve Forfaiting Şirketleri	358
Leasing (Kiralama) Şirketleri	359
Risk Sermayesi Şirketleri	359
FİNANSAL ARAÇLAR	359
Finansal Araçların Özellikleri	360
PARA PİYASASI FİNANSAL ARAÇLARI	360
SERMAYE PİYASASI ARAÇLARI	362
Hisse Senetleri	362
Tahviller	362
TÜRKİYE'DE FİNANSAL PİYASALAR	363
Özet	365
Kendimizi Sınayalım	366
Yaşamın İçinden	367
Biraz Daha Düşünelim	367
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	368
Yanıt Anahtarı	368

ÜNİTE 19

Çokuluslu İşletmeler	369
ÇOKULUSLU İŞLETME KAVRAMI	371
Çokuluslu İşletmelerde Çevre	372
ÇOKULUSLU İŞLETMELERİN YABANCI ÜLKELERE GİRİŞ YOLLARI	372
ÇOKULUSLU İŞLETMELERİN YÖNETİMİ	375
Çokuluslu İşletmelerin Organizasyon Yapıları	376
Özet	379
Kendimizi Sınayalım	380
Yaşamın İçinden	381
Biraz Daha Düşünelim	381
Başvurabileceğimiz Kaynaklar	382
Yanıt Anahtarı	382
Sözlük	383
Dizin	388

Önsöz

Genel İşletme kapsamındaki konular, işletmelerdeki yapılanma ve işleyişle ilgili temel bilgileri içerir. İşletmeler, ekonomik sistemin katma değer yaratan yapı taşlarıdır. Bu bağlamda Genel İşletme; İşletme, İktisat, İktisadi ve İdari Bilimler ve benzeri Fakültelerin birinci sınıflarında zorunlu dersler arasında yerini alır.

Bu kitap, örgün ve uzaktan öğrenimdeki Genel İşletme derslerinde temel kaynak olarak değerlendirilmek amacıyla hazırlanmıştır. Kitap içeriğinin belirlenmesinde, birinci sınıf öğrencilerinin öz ve yalın bilgilerle donatılması ilkesi dikkate alınmıştır. Kitap; işletmelerin kavram olarak açıklanması, kuruluşu, yapılanması ve işleyişi konuları üzerine kurgulanmıştır. Üniteler, kendi kendine öğrenme ilkesi gereklerine uygun olarak tasarlanmıştır.

Ünitelerde aktarılan kuramsal bilgiler, uygulamaya yönelik çalışmalarla pekiştirilmeye çalışılmıştır. Ünitelerin başlangıcında sıralanan **Amaçlarımız** ile öğrencinin Üniteyi belirli bir düzende okuması gerektiği vurgulanmaktadır. Her Ünitenin giriş kısmında Üniteye aktarılan konuya ilişkin bir **Örnek Olay** yer almaktadır. Ünite içerisindeki **Sıra Sizde** çalışmaları ile Örnek Olaya geri dönmekte ve öğrencinin edindiği bilgileri sorun çözümünde kullanılması istenmektedir. Ünitelerin bitiminde yer alan **Yaşamın İçinden, Biraz Daha Düşünelim** ve **Kendimizi Sınayalım** başlıklı çalışmalar öğrencinin kendi kendini sınaması ve konuların daha iyi kavranması açısından yararlıdır. Üniteler içindeki yan sütunlarda, işlenen konu açısından önemli görülen kavramlar vurgulanmaktadır. Kitabın sonunda verilen **Sözlük** temel kavramların topluca yinelenmesini amaçlamaktadır.

Bu kitapta yer alan konulardan hareket ederek hazırlanan televizyon eğitim programları, TRT-4 yayınları içinde ekrana gelmektedir. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerine yönelik olarak hazırlanan televizyon eğitim programlarının konuyla ilgilene bütün öğrenciler için yararlı olacağını ummaktayız.

Kitabın yazılarak basıma hazırlanması Editör, Yazarlar, Öğretim Tasarımı ve Grafik Tasarım Ekibinden oluşan geniş bir takımın çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın etkinlikle sürdürülebilmesi için gerekli ortamı sağlayan Anadolu Üniversitesi Rektörü Prof.Dr. Engin ATAÇ başta olmak üzere, değerli Yazarlara, Genel Koordinatör Prof.Dr. Levend KILIÇ'a, Öğretim Tasarımcısı Yard.Doç.Dr. Hasan ÇALIŞKAN'a ve Yardımcılarına, Grafik Tasarım Yönetmeni Doç. Fikret UÇAR'a ve tüm katkı sağlayanlara teşekkür eder, sevgili öğrencilere başarılar dilerim.

Editör

Prof.Dr. Güneş N. BERBEROĞLU

Kendi kendine öğrenme ilkelerine göre hazırlanmış olan bu kitabın işlevlerini öğrenmek için hazırlanan “Kullanım Kılavuzu”, konuları anlamanızda ve sınavlara hazırlanmanızda sizlere yarar sağlayacaktır.

Üniteyi çalışmaya başlamadan önce her ünitenin ön kapağında yer alan sorular, o ünite ile ilgili içeriği daha iyi kavramanıza yardımcı olmak için zihinsel hazırlık yapmanıza yardım eder.

Her ünitenin başında bir örnek olay yer almaktadır. Bu örnek olayda, içerikle ilgili somut bir çerçeve çizilerek, ünitenin daha iyi kavranması amaçlanmıştır. Ünite içinde yeri geldikçe, size sorular sorulmakta ve yanıtlamanıza yardımcı olmak için örnek olaya göndermeler yapılmaktadır.



Sıra sizde bölümleri, çalıştığınız konu ile ilgili, sizi düşündürecek ve daha fazla araştırma yapmaya yönlendirecek sorulardan oluşmaktadır. Bu soruların altında, ünitenin başında okuduğunuz örnek olaya göndermeler yapılarak, yanıtlara gerçek durumlar bağlamında ulaşmanız amaçlanmıştır.



Amaçlarımız bölümünde sıralanan yeterlikleri kazanmanızı sağlayacak bilgi ve becerileri içeren konuları göstermektedir.



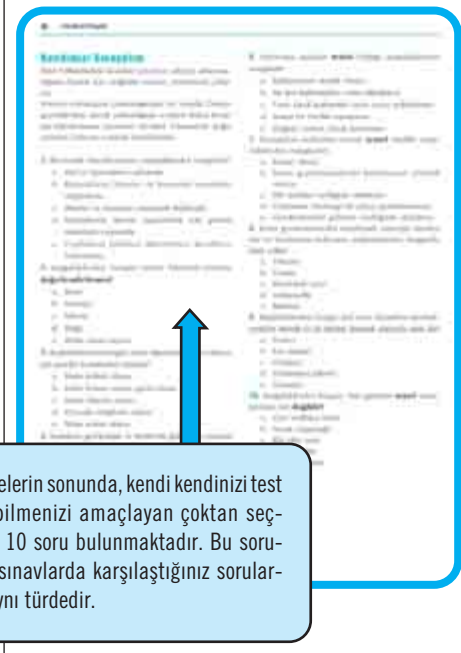
Amaçlarımız bölümünde, okuduğunuz ünite sonunda kazanacağınız bilgi ve beceriler verilmektedir.



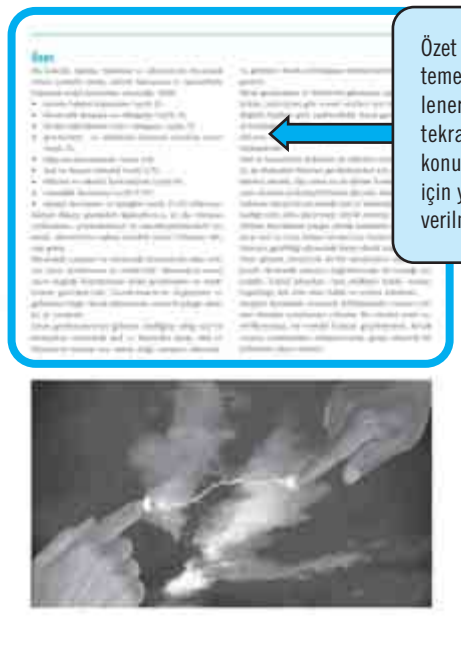
Dikkat bölümlerinde, üniteyi çalışmaya başlamadan önce bilgi sahibi olmanız gereken konular, kavramlar ya da hazırlıklarla ilgili uyarı yapılmaktadır. Bu uyarı ayrıca, ünite içinde herhangi bir konuya dikkatinizi çekmek ya da ek bilgi vermek için de kullanılmaktadır.

Ünitelerde anlatılan konuları daha iyi pekiştirebilmeniz için, ilgili yerlerde gerçek yaşamdan alınmış örnekler ya da güncel olaylar verilmektedir.

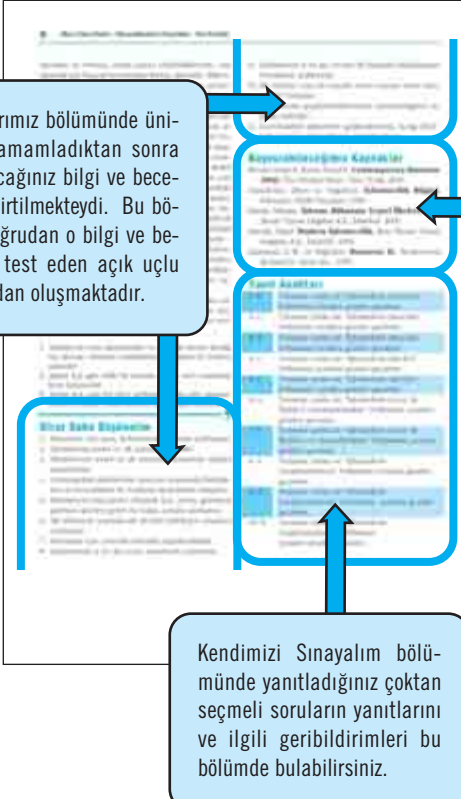
Ünitenin içinde bazı kavramlar **koyu** renkli yazılmıştır. Bu kavramlara yönelik ayrıntılı açıklamaları, ya da tanımları sayfanın yan boşluğunda bulabilirsiniz.



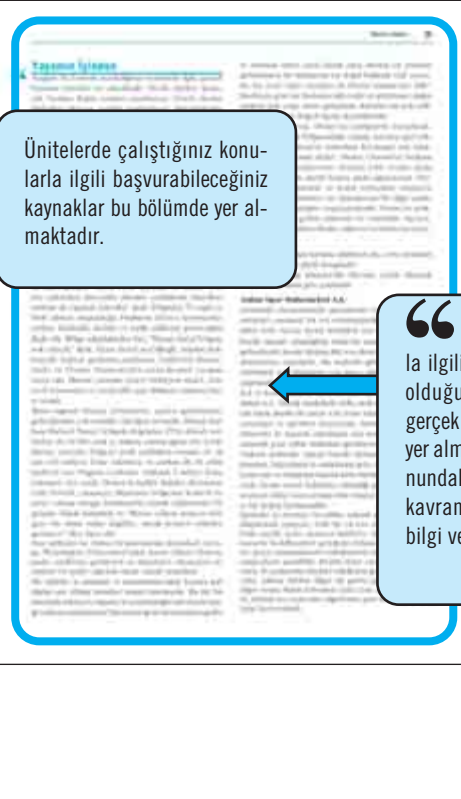
Ünitelerin sonunda, kendi kendinizi test edebilmeyi amaçlayan çoktan seçmeli 10 soru bulunmaktadır. Bu sorular, sınavlarda karşılaştığımız sorularla aynı türdedir.



Özet bölümünde ünite öğrendiğiniz temel kavram ve konular kısaca yenilenerek, temel kavramlar bir daha tekrar edilmektedir. İsteddiğiniz bir konuya tekrar kolayca ulaşabilmeyi için yanlarında ilgili sayfa numaraları verilmiştir.



Amaçlarımız bölümünde üniteleri tamamladıktan sonra kazanacağınız bilgi ve beceriler belirtilmekteydi. Bu bölüm, doğrudan o bilgi ve becerileri test eden açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.



Ünitelerde çalıştığımız konularla ilgili başvurabileceğiniz kaynaklar bu bölümde yer almaktadır.

Kendimizi Sınavalım bölümünde yanıtladığınız çoktan seçmeli soruların yanıtlarını ve ilgili geribildirimleri bu bölümde bulabilirsiniz.

“Ünite anlatılan konularla ilgili olarak, ünitenin başında olduğu gibi ünite sonunda da gerçek hayattan alınmış örnekler yer almaktadır. Bu örneklerin sonundaki sorular, üniteyi kavrayıp kavramadığınız konusunda size bilgi verecektir.”

İşletme Kavramı



- *İşletme kavramı size neleri çağrıştırıyor? Makine seslerinin duyulduğu bir fabrika mı? Bir banka mı? Yoksa bir tiyatro salonu mu? Bir bayvanat bahçesinde diğer işletmelerde gözlemlediğimiz işlevler geçerli midir?*
- *İşletmelerin yaşamımızdaki rolü nedir?*
- *İşletmeler ekonomik sistem içindeki hangi unsurlarla ilişkidir?*
- *Üretim faktörleri nelerdir?*
- *Mal ve hizmetleri birbirinden nasıl ayırabiliriz?*



SİYAH BEYAZ FOTOĞRAF FİLMİNDEN DİJİTALE

1967 yılında okulunu bitiren Sami Alfandari ile o yıl aynı okulu bitiren Nizamettin Akbağ bir iş arayışına giriştiler. Bu tariplerde sinema filmleri dışında filmcilik gelişmemiş olmasına karşın, Sami bey fotoğraf, sağlık gibi alanlarda kullanılan çeşitli filmler konusunda kafa yoruyordu. Akrabalarının ABD'de olması nedeniyle, küçüklüğünden beri her yıl bu ülkeye gitmiş ve her gidişinde 1-2 ay kalmıştı. Bu ülkede fotoğrafçılığın gelişimini yakından izlemiş, buna bağlı olarak fotoğraf filmleri tüketiminin çok yoğun olarak geliştiğini gözlemlemişti.

Arkadaşıyla bu konuyu inceleme kararı aldılar. Türkiye gibi bir ülkede bu alanın gelişeceğine her ikisi de inanıyordu. Bu nedenle, pozitif ve negatif film konusunda çalışacak bir işletme kurdular. Önce amatör fotoğraf filmleri dışalımına başladılar. Bu işin yanı sıra, istemin yeterli olmamasına karşın ofset matbaa sistemlerinde kullanılan filmlerle hastaneler için gereken sağlık filmleri temsilciliklerini de almayı başardılar.

Çok genç yaşlarda kendi işlerinin patronu olmuşlardı. Amaçları kendi işlerinde en iyi olmaktı. Bu nedenle AGFA'nın Türkiye temsilciliğini almak için uğraş verdiler ve 1974 yılında temsilciliği almayı başardılar. İki ortağa göre, Türkiye'nin kültür ve eğitim düzeyi hızla yükseliyordu ve bu durum fotoğrafçılığa da hızla yansıtacaktı.

Bundan sonra matbaacılık kesimine yoğun olarak yönelme kararı aldılar. 1970'lerde matbaacılık kesiminde tipo baskı ve kurşun dizgi kullanılmaktaydı.

1978 yılında röntgen filmleri dışalımını ile başladıkları bu dalda, bugün sağlığa yönelik her türlü filmin dışalımını yapacak konuma ulaşmış durumdalar.

Ortaklar sağlık kesimine giriş gerekçelerini şöyle açıklıyorlar: "Türkiye yüzölçümüne göre nüfusu oldukça yüksek bir ülke. Ancak, sağlık alanında yeterli sayıda kuruma sahip değil. Türkiye'nin sağlık konusunda yeni yatırımlara gereksinmesi var. Türkiye bu konuda büyük bir pazar."

Sağlık filmleri konusunda çok fazla bir gelişim olmadı ve umduğu kârlılığa ulaşamadılar. Bunun nedenlerini Türkiye'deki uygulamaya bağlıyorlar. Uygulamaya göre, Türkiye'de sağlık filmleri Kızılayca ihale yoluyla yalnızca bir şirketten alınıyor ve Türkiye geneline tekel olarak satılıyor. Bu nedenle, sağlık filmleri temsilcileri yalnızca bu ihalede yüklü satış yapabiliyorlar. Ancak, rekabetin fazlalığı nedeniyle çok küçük kârlarla yetinmek zorunda kalıyorlar. Gerçek kârları ise temsilciliklerini yaptıkları ana şirket elde ediyor.

Gerçekte öbür filmler alanında da rekabetin etkileri ortaya çıkmış durumda. Son yıllarda pazara Kodak ve Fuji markaları da girdi. Türkiye'de Agfa'nın önderliği bu markalarca ele geçirildi. Bu konuda merkez Agfa önemli bir rabatsızlık duymaya başlamış. Yitirilen pazar payının yeniden kazanılması için neler yapılması gerektiği araştırılıyor.

Ortaklar bugünkü durumlarından mutlular. Kurdukları şirketin yıllık cirosu 5 milyon US Doları aşmış durumda.

Ortaklar şöyle diyorlar: "Bu işe başlarken şirketin bu noktalara gelebileceğini kesinlikle düşünemiyorduk. Çabalarımız bizi buraya getirdi. Daha da ileri noktalara ulaşabileceğimizi umuyoruz."

2000'li yıllarda gelişen dijital fotoğrafçılık konusu ortakların ilgisini çeken yeni bir uğraş alanı olarak karşılırlarına çıkıyor.

Amaçlarımız

Bu Üniteyi tamamladığımızda;

- 👁️ *işletme Biliminin ve işletmelerin ekonomik sisteme katkılarını açıklamak,*
 - 👁️ *üretim öğelerini ve özelliklerini sıralamak,*
 - 👁️ *insanların gereksinmelerini, bunlar sonucunda ortaya çıkan talep kavramını ve işletmeler için anlamını açıklamak,*
 - 👁️ *mal ve hizmetleri birbirinden ayırdetmeye yarayan özelliklerini betimlemek,*
 - 👁️ *tüketim ve tüketicilerin üretim faaliyeti ile ilişkisini kurmak,*
 - 👁️ *işletme kavramını irdelemek,*
 - 👁️ *girişim ve girişimciliğin önemini betimlemek*
- için gerekli bilgi ve becerilere sahip olacağız.*

Bu Ünite’de işlenen kavramlar, izleyen Ünitelerde ele alınacak konulara temel oluşturacaktır. Ayrıca İktisata Giriş dersinizde ele alınan kavramlarla bir arada düşünülmelidir.





İşletme Biliminin ve işletmelerin ekonomik sistemle ilişkisini açıklamak.

İşletme Bilimi: İşletmelerin kuruluşu, finansmanı, üretim araçlarının sağlanması, üretilen mal ve hizmetlerin pazarlanması, örgütlenip, yönetilmeleri ve parasal olayların izlenmesi konularını ele alıp inceleyen bir bilim dalıdır.

İşletme Bilimi, işletmelerin kuruluşu, finansmanı, üretim araçlarının sağlanması, üretilen mal ve hizmetlerin pazarlanması, örgütlenip, yönetilmeleri ve parasal olayların izlenmesi konularını ele alıp inceleyen bir bilim dalıdır.

İşletme Biliminin ağırlık merkezini işletmeler oluşturur. Bu açıdan bakıldığında, işletme içi ve işletmelerarası olaylar ve faaliyetlerle ilgili neden-sonuç ilişkilerini bulmaya ve göstermeye çalışan bir disiplindir.

İşletme Bilimi, olayların incelenmesi sırasında varolan durumları deneysel çalışmalara dayanarak saptamakla yetinebileceği gibi, işletmelerin optimal (en uygun) biçimde çalışmalarını sağlayabilecek temel kuralları belirlemeye de yönelebilir. Böylelikle, temel kurallar topluluğu oluşturulur ve işletmeler bu kurallarla kendi işleyişleri arasında uyum bulmaya çalışırlar.

İşletmeleri ilgilendiren iç ve dış olayların araştırılması, açıklanması, çözümlenmesi ve sistemleştirilmesinin yanısıra, İşletme Biliminin başka bir işlevi de, işletmelerin toplum yaşamındaki yerini belirlemektir.

2000'li yıllar, işletmeler ve çalışanlar için yeni fırsatlar ve beraberinde sorunlar yaratacaktır. Global ekonomiden başlayarak, hız, kalite ve müşteri memnuniyetinin temel alındığı rekabet, en önemli kavramlar olacaktır.

İşletme kavramını irdeyebilmek ve işletmelerin işleyişini kavrayabilmek için, işletmeleri ilgilendiren temel bazı kavramları bilmemiz yararlı olacaktır. Bunların başlıcalarını aşağıda kısaca açıklayacağız.

EKONOMİK SİSTEM

İşletmeler ekonomik sistemin temel birimleridir. Ekonomik sistem, bir ülkenin sahip olduğu kaynakların, gereksinme ve isteklerinin karşılanması amacıyla, vatandaşları -bireyler ve kurumları- arasında dağılımını temel alan kurallar bütünüdür. Ekonomik sistemler, sahip olunan kaynakların sahiplik ve denetleme şekline göre farklı yapılar kazanır. Bu kaynaklar üretim faktörleri olarak nitelenir. Temel üretim faktörlerini ve özelliklerini aşağıdaki kısımda açıklayacağız.

Ekonomik sistemlerin bazılarında üretim faktörleri, özel kişi ya da kuruluşlar tarafından yönetilir, diğerlerinde üretim faktörlerinin sahibi devlettir.

Ekonomik sistemleri üretim ve dağılımla ilgili karar sürecine göre gruplandırmak da olasıdır. Plânlı ekonomilerde, üretim faktörlerinin tümü veya büyük kısmı devlet denetimindedir, üretim ve dağılım kararları devlet tarafından alınır. Pazar ekonomilerinde ise, üretim ve kaynak dağılımı, arz-talep dengesine göre bireyler yani üretici ve tüketiciler tarafından şekillendirilir.

Plânlı ekonomiler ve pazar ekonomileri iki uç kuramsal noktayı temsil eder. Uygulamada, iki sistemin özelliklerini taşıyan karma pazar ekonomisi (karma ekonomik sistem), ülkelerin çoğunda görülen bir sistemdir.

ÜRETİM ÖGELERİ



Üretim ögelerini ve özelliklerini sıralamak.

Ekonomik sistemler arasındaki farklılık ya da benzerliklerin, sahip olunan kaynakların yani üretim ögelerinin kontrol edilişi ve mülkiyet şeklinden kaynaklandığını daha önce vurgulamıştık.

Üretim ögeleri, gereksinmelerin karşılanması amacıyla mal ve hizmet üretiminde yararlanılan, bir ülkenin sahip olduğu temel kaynaklardır. Klâsik yaklaşımda üretim ögeleri, emek (işgücü), sermaye (kapital) ve doğal kaynaklar olarak ele alınır. Günümüzde klâsik üretim ögelerine, girişimci ve teknoloji eklenmiştir.

• **Emek (işgücü)**, işletmelerde üretimi ortaya koyan insan kaynağını ifade eder. Emek faktörü, üretimi gerçekleştirenlerin fiziksel ve düşünsel katkılarını içerir. Bir inşaat işçisi kas gücünü ya da fiziksel gücünü kullanır. Bu inşaatın mühendisi ise, düşünsel bir emek ortaya koymaktadır. İşgücü ögesi ile birlikte ele aldığımız girişimci üretim faaliyetinin gerçekleştirilmesinde önemli rol oynar.

• **Girişimci**, mal veya hizmet üretimi için üretim ögelerini bir araya getirilmesini sağlayan kişidir. Bu konuda daha fazla bilgiyi Ünitenin sonunda bulacaksınız. Girişimcinin temel amacı kâr elde etmektir. Buna karşılık üretim faaliyetlerinden doğabilecek riski de üstlenir.

• **Sermaye (Kapital)**, mal ve hizmet üretimini destekleyen servet, sermaye (kapital) adını alır. Sermaye, üretimde yararlanılan para ve parasal değeri olan her tür donanımı ifade eder. Paraya dönüşebilen hisse senedi, bono gibi değerler ya da bir fabrikadaki makine, bina, araç-gereç sermaye olarak nitelenir.

• **Doğal kaynaklar**, doğadan elde edilen, doğrudan veya işlenerek kullanılan her tür maddeyi içerir. Temel doğal kaynaklar toprak, su, mineral maddeler ve ağaçlardır. Ekonomik bir kaynak olarak doğa, nicelik olarak ve içerdiği hammadde açısından sınırlıdır, artırılması, belli bir düzeyin üstüne çıkarılabilmesi söz konusu değildir. Bu üretim faktörünün işletmeler tarafından özenli olarak kullanılması, kendi çıkarları ve insanlığın çıkarları için kaçınılmazdır.

• **Teknoloji**, mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntemlerdir. İnsanın çalışmasını geliştirmek ve üretim yeteneğini arttırmak için, bilginin üretilmesi ve uygulanması olarak da tanımlanabilir. Gelişmiş bir teknoloji, daha yararlı ve yüksek nitelikli malların, daha etkili yollarla üretimini sağlar.

Üretim ögeleri: Mal ve hizmet üretiminde yararlanılan, bir ülkenin sahip olduğu temel kaynaklardır.

Emek (işgücü): Üretimi gerçekleştirenlerin fiziksel ve düşünsel katkılarını içerir.

Girişimci: Gereksinmeleri karşılamak üzere mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilmesi için üretim faktörlerinin bir araya getirilmesini sağlayan kişidir.

Sermaye: Üretimde yararlanılan, para ve parasal değeri olan her tür donanımdır.

Doğal kaynaklar: Doğadan elde edilen, doğrudan ya da işlenerek kullanılan maddelerdir.

Teknoloji: Mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntemlerdir.

Üretim ögelerinin, işletme faaliyetlerine etkisi nedir?

“Siyah beyaz fotoğraf filminden dijitalle” başlıklı örnek olayımızdaki işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için, bir çok kişinin filmlerin alım ve satımında çalışması gerekir. Girişimcilerin işlerinin başında bulunması, çeşitli düzeylerde yöneticilerin pazarlama, finansman, tedarik gibi konularda gerekenleri yapmaları, çalıştırdıkları kişileri doğru yönde yönetmeleri gerekecektir. Böylece yoğun biçimde emek faktörünün kullanılması gerçekleşecektir.

Öte yandan, işletmenin kurulması için gerekli her türlü donanım, araç gereç ve parasal kaynaklar işletmenin sermayesidir. İşletme belli bir alanda çalışacak, çeşitli biçimleriyle doğal kaynakları kullanıp, değerlendirecektir. İşletmenin alım satımını yaptığı çeşitli filmler, sürekli geliştirilen teknoloji sayesinde daha nitelikli ve gereksinmeleri daha ileri düzeyde karşılayan bir yapıya ulaşmaktadır.

Sonuç olarak, işletmemiz emek, doğa, sermaye, girişimci ve teknoloji faktörlerini çeşitli düzeylerde değerlendirerek varlığını sürdürmektedir.



GEREKSİNME VE İSTEKLER



İnsan gereksinmelerini, bunlar sonucunda ortaya çıkan talep kavramını ve işletmeler için anlamını açıklamak.

Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin hareket noktası, insanların gereksinme ve istekleridir.

Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin hareket noktasını insan gereksinimleri ve istekleri oluşturur. Bu gereksinme ve isteklerin bir bölümü yaşamsal önemdedir ve kesinlikle karşılanmaları, doyurulmaları gerekir; yoksa, kişilerin yaşamlarını sürdürmeleri olanaksızlaşır. Örnek olarak, beslenme ve barınma gereksinimleri temel niteliktedir ve karşılanmalarındaki yetersizlik ya da aksaklık insanları ve toplulukları yok olmaya kadar götürebilir. İnsanlığın yüzyıllardır süre gelen yaşamı, bu gereksinme ve isteklerin karşılanma düzeyine göre biçimlenmiştir. İnsanların temel gereksinmelerinin yanında, kişilerin mutluluğunu, yaşama bağlılığını ve yaşam bilincini geliştiren pek çok gereksinme ve istekleri de vardır. Uygar bir insan temel gereksinmelerinin yanı sıra, bu yöndeki gereksinme ve isteklerini gidermek için de çaba gösterir.

Doğal kaynakların ve insan kaynağının kıtlığı, insanların tüm gereksinme ve isteklerinin karşılanmasını engeller. Toplumların tümünde kıt kaynaklara karşın, sınırsız gereksinme ve isteklerin olması temel bir ekonomik sorundur. Başka bir deyişle, sınırsız gereksinmeleri karşılayacak sınırlı kaynakların nasıl dağıtılacağı sorunu ekonomik işleyişin belirleyicisidir. Öte yandan, kıt kaynaklar veri olarak alındığında, ekonomik yeterliliği ve etkinliği artırma yönünde yoğunlaşmak kaçınılmaz olur.

Gereksinmeler bir kez karşılandıktan sonra tümüyle giderilmezler. Bir süre sonra aynı gereksinme yeniden ortaya çıkar ve bir kez daha karşılanması gerekir. Gereksinme ve isteklerin süreklilik taşıması, kaynakların yetersizliğini yaratan bir başka etkidir.

İnsan gereksinimleri ve istekleri, uygarlığın gelişimine koşul olarak gelişir. Genel anlamda, teknolojik gelişmeler ve yenilikler, insan gereksinme ve istekleriyle ilgili mal ve hizmetlerin durmaksızın farklılaşmasını sağlar. Ülkelerin ekonomik gelişme düzeyi, yeni teknoloji kullanımı, küreselleşme ve yeniliklerin uygulanma derecesi, gereksinme ve isteklerin karşılanma biçimini belirleyici unsurlardır.

1900'lü yıllarda var olan malların birçoğu günümüzde ya yok olmuşlardır ya da bunların yerini yeni mallar almıştır. Örnek olarak, 1900'lü yılların başlarında kullanılmaya başlanan ilk radyolar, günümüzde artık antika sayılmaktadır. Bu hantal yapılı, lâmbalı radyoların yerini, bir kibrit kutusu büyüklüğüne indirilen radyo alıcıları almıştır. Radyolar öyle çeşitlenmiştir ki artık arabada, yolda, evin istenen yerinde dinlenebilmekte, kulaklıklar aracılığı ile kimseyi rahatsız etmeden kullanılabilen çeşitler üretilmektedir. 1900'lü yılların başında televizyon aygıtının, günümüzde ileri teknoloji modellerini kullanıyoruz.

TALEP

İnsanların gereksinmelerini gidermek yönünde davranışta bulunması talebi doğurur. **Talep**, satın alma gücü bulunan bireylerin ekonomik mal ve hizmetlere karşı gösterdikleri istekleridir.

Bir mala olan talepten söz edebilmek için şu koşulların bir arada olması gerekir:

- Mala karşı duyulan gereksinme ya da istek
- Malın karşılığını ödeme isteği
- Karşılığı ödeyebilecek gelir düzeyi

Talep: Satın alma gücü olan bireylerin ekonomik mal ve hizmetlere karşı gösterdikleri istekleridir.

Bir arabaya karşı varlıklı bir kişinin duyduğu gereksinme ve yeterli ödeme gücü, o kişinin bu konuda ödeme isteği olmadıkça talep oluşturamaz. Gelir düzeyi yetersiz bir kişinin arabaya karşı gereksinmesi ve ödeme isteği, ödeme gücü olmadıkça bir anlam taşımaz. Doğaldır ki, ödeme gücü ve ödeme isteği olan bir kişi, araba gereksinmesi duymuyorsa talep yine oluşamayacaktır.

Talep karşısında işletmelerin, tüketicilerin gereksinmelerini karşılamak üzere mal ve hizmet sunumunda bulunmaları arz olarak nitelenir. Talep ve arz, gereksinmelerin giderilmesi için, tüketici ve üreticilerin bir araya geldiği ekonomik bir davranıştır.

Gereksinmeler, işletmelerin kuruluşunda etkili midir?



Örnek olayımızı anımsayalım. İki arkadaş neden bir işletme kurma kararı almışlardır? Yanıt açıktır. İnsanların gereksinmelerinden biri de fotoğraf çekmek, fotoğrafları istenen yerlerde kullanmaktır. Ayrıca, kitap ve öbür yazılı araçların basılması için film kullanımına gereksinme vardır. Hastaneler röntgen çekmek için röntgen filmi isterler. İki arkadaş bu gelişen ve değişen istek ve gereksinmeleri görmüş ve bunları karşılayacak bir işletme kurmayı kararlaştırmışlardır.

MAL VE HİZMET



Mal ve hizmetleri birbirinden ayırdetmeye yarayan özelliklerini betimlemek.

İnsanların istek ve gereksinmelerini karşılamak için üretim faktörleri biraraya getirilip işletildiğinde, bir sonuç elde edilecektir. Bu sonuç, bir mal veya bir hizmet veya ikisinin bir arada üretimidir. Şeker fabrikası çalışması sonucunda şeker ve yan ürünlerini üretir; bir otobüs şirketi insanları bir yerden başka bir yere ulaştırarak ulaşım hizmeti görür. Bir basın işletmesi, hem gazete üretimini hem de gazete aracılığıyla iletişim hizmetini gerçekleştirir.

Mal ve hizmet, temelde üretim araçlarını bir araya getirerek ulaşılan birer sonuçtur. Bunlar aynı çabanın ürünüdürler, ama birbirlerinden farklı özellikler taşırlar.

İnsan gereksinmelerini ve isteklerini gidermeye yarayan somut araçlara **mal** denir. Ekmek, peynir, kumaş, buzdolabı, torna tezgahı gibi.

İşletme biliminde mal, üretilmesi için çaba ve emek harcanan araçlar olarak kabul edilir.

Üretilmesi için çaba harcanıp harcanmaması açısından ele aldığımızda mallar ikiye ayrılır:

Ekonomik Olmayan Mallar (Serbest Mallar); Üretimi için hiçbir çaba ya da örgütlenme gerektirmeyen ve doğada hazır bulunan mallardır.

Soluduğumuz hava, gün ışığı, yağmur suyu gibi.

Ekonomik Mallar; Üretimi için emek harcanan mallardır. İşletmelerin tüm somut ürünleri bu anlamdaki mal kavramına girer. Örnek olarak televizyon, gazete, uçak, bilgisayar, konserve, masa, ekonomik mallardır. Bunların elde edilmesi için, üretim faktörlerinin özel olarak bir araya getirilip üretime yönlendirilmesi gerekmektedir.

Soluduğumuz hava doğada hazır durumdadır ve elde etmek için uğraş vermek gerekmez. Ancak, hastanede kullanılan ya da dalgıçların su altında kullandıkları

Mal: İnsan gereksinmelerini ve isteklerini gidermeye yarayan somut araçlardır.

Ekonomik Olmayan Mallar (Serbest Mallar): Üretimi için hiçbir çaba ya da örgütlenme gerektirmeyen ve doğada hazır bulunan mallardır.

Ekonomik Mallar: Üretimi için emek harcanan mallardır.

sıkıştırılmış hava (oksijen) ekonomik bir maldır ve elde etmek için üretim faktörlerini bir araya getirmek ve bir üretim çabası göstermek gerekir.

Ekonomik malları iki ayrı ölçüte göre sınıflandırırız: Gereksinmeleri giderme özellikleri yönünden ve malların dayanıklılığı ya da kullanım süreleri yönünden. Gereksinmeleri giderme özellikleri yönünden ekonomik malları, tüketim malları ve üretim malları olarak ayırıyoruz.

Ekonomik mallar gereksinmeleri giderme özellikleri yönünden **tüketim malları** ve **üretim malları** olmak üzere ikiye ayrılır.

Tüketim malları, gereksinmeleri doğrudan doğruya giderebilen mallardır. Bu mallar, son tüketicilerce kişisel ya da aile gereksinmelerini karşılamak için istenirler. Ekmek, ayakkabı, çamaşır makinesi, radyo, gibi.

Üretim malları (yatırım malları), başka bir malın üretilmesi için gerekli olan mallardır. Başka bir deyişle, tüketim mallarını üretmek için kullanılan mallar üretim malıdır. Şeker kullanılan çeşitli makineler üretim mallarıdır. İşletme binası, işletme donanımı, makineler, hammaddeler, işlenmiş maddeler bu sınıfa girer.

Mal ve türlerinin bu bölümlendirilmesi, her zaman kesin çizgiler taşımaz. Aynı mal, belirli koşullar altında üretim malı olurken, başka koşullar altında tüketim malı olabilir. Örnek olarak, şeker ve un evlerde kullanıldığında tüketim malı olurken, bisküvi fabrikasında kullanıldığında üretim malı özelliğini kazanır.

Ekonomik mallar, dayanıklılığı ya da kullanım süreleri yönünden **dayanaksız mallar** ve **dayanıklı mallar** olmak üzere ikiye ayrılır.

Ekonomik malları, dayanıklılığı ya da kullanım süreleri yönünden, dayanaksız mallar ve dayanıklı mallar olarak ayırıyoruz.

Dayanaksız mallar, bir kez ya da kısa süreli kullanım sonucunda tüketilip yok edilen mallardır. Aynı gereksinmeyi karşılamak için bu mallardan yeniden satın almak gerekecektir; çünkü bu mallar bir kullanımda yok edilmiştir. Örnek olarak, gıda maddeleri dayanaksız tüketim mallarıdır. Bir kez kullanıldıklarında tüketilirler.

Dayanıklı mallar, bir kezlik kullanım sonucunda değil, uzun süreli kullanımla yavaş yavaş yok edilen mal türleridir. Bu malların tüketilmesi ve yararlı ömürlerinin sona ermesi zaman içinde olur. Sözelimi bir televizyon, bir ekmek gibi bir kez kullanıldığında ömrünü tüketmez. Olağan koşullarda, bu tür malların yenilenmelerini gerektiren belirli ömürleri vardır. Televizyon bozulur, kırılır, işe yaramaz duruma gelirse o zaman yenilenir. Olağan sürelerin dışında, modanın değişmesi, teknolojinin gelişmesi gibi nedenlerle de dayanıklı malların kullanım süreleri kısalabilir. Üç boyutlu, dijital bir televizyonun çıkması ile elimizdeki televizyonu ömrü sona ermeden değiştirebiliriz.

Hizmet: İnsan gereksinmelerini karşılayan, ancak somut olmayan araçlardır.

İnsan gereksinmelerini karşılamak için üretilen araçlar, yalnızca elle tutulup gözle görülür somut bir özellik taşımazlar. İnsan gereksinmelerini karşılayan, ancak somut olmayan çeşitli araçlara **hizmet** adı verilir. Hizmet, mal gibi elle tutulup gözle görülen bir somutlukta değildir. Hizmet üretimi de mal üretimi gibi insan gereksinmelerine yönelik olmalıdır. Başka bir deyişle, kıt olan, belli bir çaba harcanarak elde edilen ekonomik bir üretimden söz edilmelidir. Örnek olarak, otel işletmeleri, otobüs işletmeleri, hastaneler hizmet üretir. Muhasebeci, avukat, berber, doktor, danışman, öğretmen hizmet üretimi yapan kişilere verilen adlardır. Bunların gerçekleştirdikleri iş, hizmet üretimidir.

Hizmet alanında birçok temel girişim bulunur. Dağıtımda yer alan toptancı ve perakendeci ticaret işletmeleri; işletmelerin finansmanında yer alan, para alış verişi yapan banka, banker, döviz büfesi gibi çeşitli kuruluşlar; riskleri belli bir dağılım çerçevesinde üstlenen sigorta işletmeleri temel hizmet alanlarında çalışmaktadırlar.

Bazı işletmelerde ise mal ve hizmet üretimi bir arada gerçekleştirilir. Örnek olarak, yazılı basın işletmelerinde temel amaç olan iletişim hizmetinin okuyucuya ulaştırılması için, somut bir mal olan gazete ve dergiler üretilir.



Mal ve hizmet üretimi birbirinden somut olarak ayrılabilir mi?

Örnek olayımızı mal ve hizmet açısından inceleyelim. İki arkadaşın kurduğu şirketin temsilciliğini yaptığı uluslararası şirket AGFA, fotoğraf filmleri, sağlık filmleri, matbaa filmleri üretmektedir. Bu filmler somut bir özellik taşımakta ve tüketicilerin somut gereksinmelerini karşılamaktadır. Bu açıdan baktığımızda bu filmler mal olarak nitelendirilecektir. Fotoğraf filmlerinin bir bölümünü amatör bireyler kullanmakta, kendi fotoğraf makineleri ile çeşitli fotoğraflar çekmektedirler. Öyleyse bu yönlü kullanım bu filmlere tüketim malı özelliği vermektedir. Ancak, aynı filmi profesyonel fotoğrafçılar tarafından kullanıldığında, bu mallar üretim malı niteliğine bürünürler. Ayrıca, matbaa filmleri ve sağlık filmleri bu alanda çalışan çeşitli hastanelerin, laboratuvarların ve matbaaların kullandığı üretim mallarıdır.

Öte yandan, bu malların pazarlanması için uğraşan işletme somut olarak bu malları üretmemektedir. Ancak, bu mallara çeşitli yararlar ekleyerek alıcılara ulaştırılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, iki arkadaşın kurduğu işletme bir hizmet işletmesidir ve bu işletmenin yaptığı üretim hizmet üretimidir. Filmlerin üretimi de bu işletmede gerçekleştirilseydi, hem mal hem hizmet üretimi söz konusu olacaktı.

TÜKETİM VE TÜKETİCİ



Tüketim ve tüketicilerin üretim faaliyeti ile ilişkisini kurmak.

Tüketim, insan gereksinmelerini ve isteklerini karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin, kullanımınıdır. Başka bir deyişle, mal ve hizmetlerin sağladığı yararların kullanılması tüketimi ifade eder. Ekmeği yerken kullanıp tüketiriz. Tüketimin kapsamı, tüketilen mal ve hizmetlerin çeşitlerine göre farklılık gösterir. Tüketim malları, ara mallar ve üretim malları taşıdıkları özelliklere göre tüketilirler. Dayanıklılığı ya da dayanıksız malların tüketimi birbirinden farklı yapılarda olacaktır.

Tüketim işlemini gerçekleştiren bireylere ya da örgütlere **tüketici** adı verilir. Başka bir deyişle, gereksinme ve isteklerini karşılamak amacıyla, mal ya da hizmetleri kullanan bireyler ya da örgütler tüketicidir.

Tüketicileri de satın alma ve kullanma amaçları yönünden bölümlendirebiliriz. Son tüketici, kişisel ya da aile gereksinmeleri nedeniyle bir mal ya da hizmeti satın alan birey ya da kuruluştur. Endüstriyel tüketici, üretim, yeniden satma ya da işletme kurma amacıyla satın almada bulunan bireyler ya da örgütlerdir.

Son tüketiciler ve endüstriyel tüketiciler farklı mal ya da hizmetlere gereksinme duyarlar. Çoğu kez birbirinden farklı satın alma süreçleri ile tüketimi gerçekleştirirler.

Tüketim ve Üretim İlişkisi

Bireyin ekonomideki rolü iki yönlüdür: Tüketicilik ve üreticilik.

1. Öncelikle her birey bir tüketicidir ve herkes yaşamını sürdürebilmek için çeşitli düzeylerde mal ve hizmet tüketmek zorundadır. Bu tüketim, yalnızca temel mal ve hizmetlere yönelik olabileceği gibi, daha ileri düzeyde olan mal ve hizmetlere yönelik de olabilir. Bireylerin tüketiciliği, toplumların genel ya-

Tüketim: İnsan gereksinimlerini ve isteklerini karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin, kullanımınıdır.

Tüketici: Gereksinime ve isteklerini karşılamak amacıyla mal ya da hizmetleri kullanan bireyler ya da örgütlerdir.

Tüketiciler satın alma ve kullanım amaçları yönünden; son tüketiciler ve endüstriyel tüketiciler olarak ayrılır.

pılarına, gelir düzeylerine, kişilerin bu yapıdaki konumlarına ve tutumlarına bağlıdır.

2. Bireyin ikinci yönü üreticiliktir. Kişilerin mal ve hizmet tüketebilmeleri için, satın alma gücüne sahip olmaları gerekir. Böylelikle, gereksinme ve isteklerine uygun mal ve hizmetleri alabilmeleri söz konusu olabilir. Bu nedenle, kişiler çeşitli didinmelerde bulunarak, satın alma güçlerini oluşturup yükselteceklerdir. Bireyler, daha iyi bir ekonomik konuma ulaşarak gereksinme ve isteklerinden daha büyük bir bölümünü karşılayabilmek için, satın alma güçlerini arttıracak biçimde üretimde yer alırlar. Böylelikle, tüketiciler bu yönlerini destekleyecek olan üreticilik yönlerini ortaya koymuş olurlar.

İşletmeler açısından tüketim konusunda üzerinde durulan önemli noktalardan birisi, tüketicilerin bir mal ya da hizmeti hangi nedenlerle istediğini ya da istemediğini; bir mala karşı olan talebini başka bir mala hangi nedenlerle kaydırıldığını açığa kavuşturmadır. İşletmeler, çeşitli pazar koşullarında, tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alma güdülerini kestirmek ve işletmelerini buna göre yönlendirmek çabasında dırlar. Tüketicilerin davranışlarını etkileyen algılama, güdüleme, öğrenme, tutum ve kişilik gibi iç güçlerle; toplumsal sınıflar, aile, referans kümeleri ve kültür gibi toplumsal etkenleri de değerlendirmek gerekir.

BAŞARI ÖLÇÜTLERİ: ETKENLİK VE İLGİLİ KAVRAMLAR

Teknik etkenlik: (1) İşletme faaliyetlerinin belirlenen niceliksel standartlara ulaşabilme derecesi, (2) belirli bir işi en ucuz yoldan yerine getirmek ya da belirli bir çıktıyı elden gelen en düşük girdi ile sağlayabilmektedir.

Ekonomik etkenlik: İşletmelerin ellerinde bulunan kıt kaynakların en iyi biçimde kullanımına yöneliktir.

İşletme bilimde etkenlik: Belirli bir girdi ile en yüksek çıktının elde edilmesi, belirli bir çıktı düzeyinin en düşük girdiyle sağlanabilmesidir.

Endüstriyel işletmeler açısından üzerinde duracağımız etkenlik, işletmelerin başarısında temel bir göstergedir. Verimlilik kavramı ile zaman zaman eşanlamlı kullanılsa da etkenlik, gerçekte, verimliliğe göre daha kapsamlıdır.

Etkenliği, teknik, ekonomik ve işletme bilimde olmak üzere başlıca üç anlamıyla ele alıyoruz.

- **Teknik etkenlik,** (1) İşletme faaliyetlerinin belirlenen niceliksel standartlara ulaşabilme derecesi, (2) belirli bir işi en ucuz yoldan yerine getirmek ya da belirli bir çıktıyı elden gelen en düşük girdi ile sağlayabilmektedir.

- **Ekonomik etkenlik,** işletmelerin ellerinde bulunan kıt kaynakların en iyi biçimde kullanımına yöneliktir.

- **İşletme bilimde etkenlik,** belirli bir girdi ile en yüksek çıktının elde edilmesi, belirli bir çıktı düzeyinin en düşük girdiyle sağlanabilmesidir.

Etkenlikle İlgili Kavramlar

Etkenliği belirleyen; verimlilik, ekonomiklik ve kârlılık kavramlarını kısaca ele alalım:

Verimlilik (Prodüktivite)

Verimlilik: Üretimden elde edilen çıktıların fiziksel niceliklerinin üretimde harcanan girdilerin fiziksel niceliklerine oranıdır.

Verimlilik, üretimden elde edilen çıktıların fiziksel niceliklerinin üretimde harcanan girdilerin fiziksel niceliklerine oranıdır. Tüm işletmeyi ele alan verimlilik hesabı, işletmenin etkenlik derecesini ortaya koyar ve bu noktada verimlilikle etkenlik aynı çizgide birleşir.

Verimlilik kavramı oran olarak gösterelim:

$$\text{Verimlilik} = \frac{\text{Çıktı (üretilen mal veya hizmetler)}}{\text{Girdi (işgücü, sermaye, doğal kaynaklar)}}$$

Ekonomiklik (Rasyonellik)

Ekonomiklik, üretimin satış tutarının, üretimin maliyet tutarına oranlanmasıdır. Satış niceliğinin artması, satış fiyatlarının artması, maliyet giderlerinin ise yükselmesi durumunda ekonomiklik de artmış olur. Öte yandan, satış niceliği ve satış fiyatı aynı düzeyde iken maliyet giderlerinin düşmesi ekonomikliği artırır.

Kârlılık (Rantablite)

Kârlılık, belirli bir zaman kesiti içinde, işletme faaliyetleri sonucunda elde olunan toplam net kârın, o zaman kesitinde kullanılan kapitale oranıdır. Etkenlik açısından yalnızca bu kavrama dayanılarak yapılan çözümlenmeler, etken olmayan bir işletmeyi etken olarak gösterebileceği gibi, etken bir işletmeyi etken değilmiş gibi de gösterebilir.

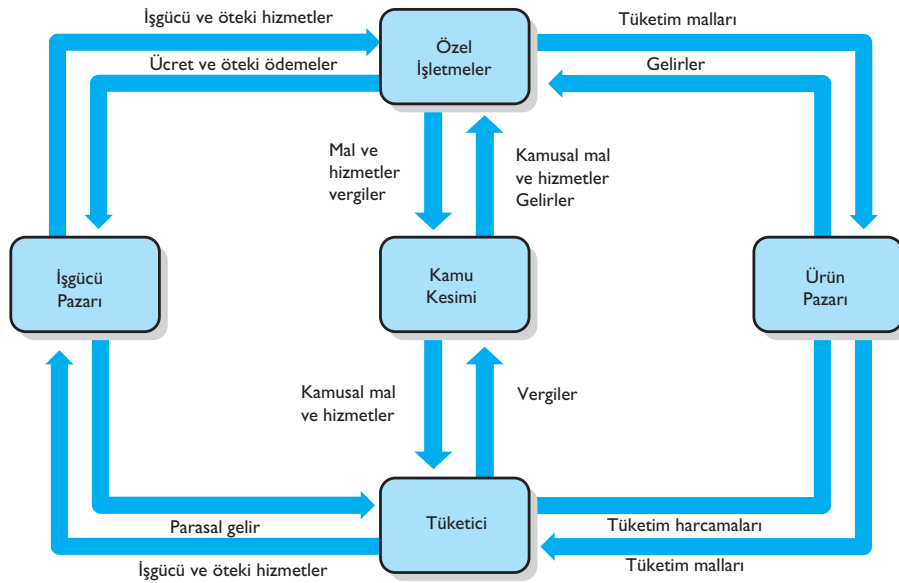
Verimlilik, ekonomiklik ve kârlılık kavramlarının herbiri işletmelerin etkenliğini, ortaya koyan ölçütlerdir. Bunların kullanılması, işletmelerin hedeflerine ve yapılarına göre farklılık gösterir.

Ekonomiklik: Üretimin satış tutarının, üretimin maliyet tutarına oranlanmasıdır.

Kârlılık: Belirli bir zaman kesiti içinde, işletme faaliyetleri sonucunda elde olunan toplam net kârın, o zaman kesitinde kullanılan kapitale oranıdır.

Küreselleşme sınırları ortadan kaldırıyor, dolayısıyla tüm işletmeler küresel kural-lara uyarak rekabet etmek zorundalar. Verimlilik, kalite, üretim ölçeği gibi konularda küresel standartlara ayak uydurmak işletmelerin temel hedefidir. Bu hedefe ulaşmak üzere organizasyonlar, en uygun performans için dizayn edilmeli ve insan kaynakları yüksek performansa yönelik olarak motive edilmelidir (Capital, Eylül 2000).

Yukarıda anlatılan çeşitli kavramlar, işletme kavramının daha iyi anlaşılması için yol gösterici olacaktır. Gerçekten de, işletme adı verilen birimler bu kavramlara dayalı olarak tanımlanıp açıklanmaktadır. Şekil 1.1'de, işletmelerin ekonomik sistem içindeki yeri ve diğer unsurlarla ilişkilerini görüyorsunuz.



Şekil 1.1 İşletmeler ve Ekonomik Sistem

Mal ve hizmetlerin akışı, işletmelerden tüketiciye doğru gerçekleşir. Bu akışın sürdürülmesi için, tüketicilerden işletmelere doğru para akışı olmalıdır. Devletin, işletmelerle tüketiciler arasındaki ilişkiye katkısı mal ve hizmetler (yollar, eğitim, güvenlik, hukuk gibi) aracılığıyla gerçekleşir. Devletin katkıları vergi olarak geri döner. Bu karşılıklı değişim sisteminde tüketiciler işletmeler için işgücü pazarı oluşturur ve bu katkı onlara ücret olarak geri döner.

İŞLETME KAVRAMI



İşletme kavramını irdelemek.

İşletme: İnsan gereksinimlerinin karşılanması için mal ve/veya hizmet üretimin gerçekleştirildiği iktisadi birimdir.

İşletme, insanların gereksinme duydukları ya da istedikleri malları ve hizmetleri sunabilmek için gerekli olan faaliyetleri gerçekleştirme aracıdır. En yaygın tanımı ile **işletme** insan gereksinimlerinin karşılanması için mal ve/veya hizmet üretiminin gerçekleştirildiği, iktisadi birimdir. İşletmelerde, ekonomik bir mal veya hizmet üretimi için üretim faktörleri bir araya getirilir. İşletme, teknik bilgilerin, bilimsel bulguların ve ekonomik ilkelerin uygulandığı; insan davranışlarının değerlendirildiği, toplumsal sorumlulukların ve toplumsal etkileşimlerin yer aldığı çok yönlü bir birimdir.

Temel kavramlardan da anlaşılacağı gibi, işletme insanların gereksindikleri ve istedikleri mal ve hizmetleri üretmek için oluşturulan bir birimdir. Fırın bir işletmedir; çünkü insanların gereksinmesi olan ekmeği üretmek için çeşitli üretim öğeleri (makinelere, un, insan gücü) bir araya getirilerek işletilmektedir. Aynı biçimde otomobil fabrikası, otomobil üretmek için örgütlenmiş bir işletmedir. Kağıt fabrikası, kağıt üretimini gerçekleştirmek amacıyla üretim öğelerini toparlayıp işleten bir işletmedir.

Ekonomik bir birim olan işletmede, mal ve hizmet üretimi belli bir amaca yönelik olarak gerçekleştirilir. İşletmeleri bu yönden değerlendirdiğimizde, kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmeler ayrımı yapılır. Bir birimin işletme sayılmasının temel koşulu kâr amacı gütmemesi değildir. Özel sermayenin yanı sıra, kamu sermayesiyle kurulmuş işletmeler de vardır. Kamu sermayesiyle kurulmuş işletmelerin, kâr amacını önde tutmadan çalışmalarını söz konusu olabilir. Bunlar da işletme olarak nitelendirilirler. Örnek olarak, KİT'lerin bir bölümü, belediyelerin kurduğu kimi işletmeler öncelikli olarak topluma hizmet amacını taşırlar.

Küçük bir televizyon onarıcısı işletme sayılırken, TV üreten büyük bir birim de işletmedir. T.C. Ziraat Bankası ve DDY birer kamu işletmesi, otobüs üreten Bursa'daki şirket ile kot pantolon kumaşı üreten Denizli'deki şirket ise, birer özel işletmedir. Çin'deki bir ekmek fabrikası da Türkiye'deki bir ekmek fabrikası da birer işletmedir.

İşletmeler bir yandan kişi gereksinmelerini karşılamak için kurulurken, bir yandan da kişi isteklerini de karşılamayı amaçlar. İsteklerin önemli bir bölümünün işletmelerce yaratıldığını söyleyebiliriz. İşletmeler yarattıkları bu istekleri karşılayacak mal ve hizmetleri de üretirler. Örnek olarak, ciklet, kolalı içecek, şekerleme türleri gibi ürünler, yaratılan isteklere göre işletmelerce çeşitli türlerde üretilir. İnsanların yaşamlarını daha rahat ve daha doyurucu geçirmelerini sağlayacak çeşitli mal ve hizmetler, sürekli olarak yaratılır ve üretilir. Bunlar, temel gereksinimleri karşılamaya yönelik mal ve hizmet çeşitleri olabileceği gibi, bunun dışına çıkan yeni oluşan gereksinme ve isteklere yönelik çeşitler de olabilir.

İşletme ve iş dünyası tüm insanların yaşamını etkiler. Tümümüz, işletme dünyası içine doğrudan ya da dolaylı olarak gireriz ve işletmelerin sunduğu olanaklardan yararlanırız. Sağlıklı bir işletme ve iş dünyası, insanlara daha yüksek bir gelir ve daha yüksek bir yaşam standardı sağlar. İşletme dünyası devingen, yaratıcı ve rekabetçidir. Hiç kimse bu dünyaya belli ölçülerle de olsa bağlı olmaktan kaçınmaz. Ülkelerdeki ekonomik yapıya göre özel işletmeler ve kamu işletmeleri ekonomide değişik ağırlıklarda yer alırlar. İnsanlar da bu dağılım çerçevesinde işletmelerle ilişkilerini düzenlerler.

Girişim ve Girişimci



Girişim ve Girişimciliğin önemini betimlemek.

İşletmeyi konu alan kaynakların kimilerinde, işletme ve girişim (teşebbüs) kavramları arasında bir ayırım yapıldığı görülür. Buna göre **girişim**, başkalarının gereksinmelerini karşılamak üzere, pazarı olan ve pazarda fiyatı oluşan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koymak ve sahibine kâr sağlamak amacını güden bir işletmedir.

Bu durumda, girişim işletmeye göre daha geniş anlamı olarak ele alınmaktadır. Her girişim bir işletme olurken, her işletme bir girişim olarak nitelenmez. Bir birimin işletme sayılabilmesi için, insan gereksinmelerini karşılayan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koymak amacıyla, üretim araçlarının bir araya getirilip, didinmede bulunulması yeterlidir. Oysa, bir işletmeye girişim denebilmesi için, bu iki özellikte birlikte sürekli didinmede bulunması, üretilen mal ve hizmetlerin başkalarının gereksinmesini karşılaması, pazarının ve fiyatının bulunması gerekir. Girişimin temel amacı kâr sağlamaktır.

İşletme ve girişim arasında böyle bir farklılık kabul edildiğinde, ev işleri, devlet işleri pazarı ve fiyatı olan mal ve hizmet üretmediklerinden, birer işletme sayılırlar; ancak girişim olamazlar. Belli bir pazarı ve fiyatı olan mal ve hizmet üreten Kamu İktisadi Teşekkülleri (KİT) ise, bu anlayışa göre girişim sayılmaktadırlar.

İşletme ve girişim arasında böyle bir farklılığın gözetilmesi, ekonomik birimlerin değerlendirilmesinde karışıklıklara yol açmaktadır. Kimi durumlarda, işletme ve girişimi birbirinden ayırmak olanaksızlaşmaktadır.

İşletme ve girişim arasındaki bu farklılıklar, günümüzün gelişen ve karmaşıklaşan işletme dünyasında yapay ve yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, işletme ve girişim kavramları arasında bir fark gözetmeden, bunları eşanlamlı olarak kullanan işletmeci sayısı çoğunluktadır.

Girişimci ise, gereksinmeleri karşılamak üzere iktisadi ve mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilmesi için üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir. Girişimcilik konusuna verilen önem giderek artmakta ve başarılı yöneticilerin girişimcilik yeteneğine sahip kişiler olduğu vurgulanmaktadır.

Girişimcinin temel özellikleri; (1) Üretim araçlarını sağlayıp üretime yöneltme, (2) ortaya çıkabilecek riskleri üstlenme olarak ele alınır. Girişimci, düşünce, buluş ve yenilik alanlarında hareket sağlayan, itici bir güç taşıyan ve uygulayan kişidir. Girişimci, örgütünü yeni alanlara, yeni kuruluşlara, yeni fırsatlara yönelir. Bir yandan değişiklikler yaratırken, diğer yandan bu değişikliklerin sonuçlarından yararlanır. Bu bakış açısıyla ele alındığında girişimcilerin işlevleri şöyle sıralanabilir:

Girişim: Başkalarının gereksinmelerini karşılamak üzere, pazarı olan ve pazarda fiyatı oluşan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koymak ve sahibine kâr sağlamak amacını güden bir işletmedir.

- Yeni-ürünler ortaya çıkarmak ya da bilinen ürünlerin niteliklerini değiştirmek,
- Yeni üretim yöntemleri geliştirip, uygulamak,
- Endüstride yeni ve gelişmiş örgütlenmelere gitmek,
- Yeni pazarlara açılmak,
- Yeni girdi kaynakları bulmak,
- Yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişkileri arttırmak,
- İşletme ile kamu ve devlet arasındaki ilişkileri geliştirmek.

Amazon.com'un ilginç bir kuruluş öyküsü var. Öykü bir garajda başlar. Üç arkadaş, bir garajda kitap satışı yapmaya karar verirler. Bu girişimin başlatıldığı sırada üç arkadaşın hiçbirinin kitap satışı ile ilgisi yoktur. Başlangıçta, internet aracılığıyla gelen siparişleri yandaki bir kitapçıdan alıp, sipariş verenlere postalarlar. Bu işi geliştirerek amazon.com'u, bugünkü haliyle, e-ticaretin öncüsü bir organizasyona dönüştürürler.

Girişimcinin, günümüzde önemli bir üretim ögesi olarak değerlendirildiğini Ünitenin başında vurgulamıştık.

Yönetici

Yönetici, başkalarının gereksinmelerini karşılamak üzere mal ve hizmet üretimi için üretim faktörlerinin bir araya getirilmesini yöneten kişidir. Profesyonel yönetici, bu işi ücret karşılığında yapar.

Yöneticinin girişimciden farkı; yönetim işini kendi adına değil başkaları için yapması, kâr ve zarardan doğrudan etkilenmemesidir. Ancak, yönetimi altındaki faaliyetlerin sonuçları yöneticinin başarı ya da başarısızlığını simgeler.

Özel Girişim

Özel Girişim: Bireylerin devlet müdahalesi olmaksızın, kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda davrandığı bir sistemdir.

Özel girişim, bireylerin, devlet müdahalesi olmaksızın, kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda davrandığı bir sistemdir.

Özel girişim sistemlerinde dört temel unsur vardır:

- Özel Mülkiyet hakkı, bireylerin taşınır ve taşınmaz değerleri satın alma, sahip olma, kullanma ve satma hakkını belirler.
- Seçme özgürlüğü, tüketici ve üreticilerin ekonomik kararlarındaki serbestliği ifade eder. Yasalara uygun olmak koşuluyla bireyler istediğini satın alabilir. İşletmeler üretim yapabilir, istediği bireyi işe alabilir.
- Kâr elde etme, kaynaklarını riske sokmak yatırıma girişenlerin, faaliyetler sonucunda oluşacak kâr üzerinde hakkı olduğu anlamını taşır.
- Serbest rekabet, iki veya daha fazla sayıda işletmenin aynı kaynaklara veya müşteri kitlesine yönelmesi durumunda ortaya çıkar. İşletmeler arasında kaynaklardan veya pazardan daha fazla pay alma çabasını gösterir. Haksız rekabet ya da rakipleri ortadan kaldırmaya yönelik eylemlere izin verilmez.

Buraya kadar, işletme kavramını ve bu kavramla ilgili temel bazı kavramları tanımlamaya çalıştık. Kısaca ele aldığımız bu kavramlarla bundan sonraki Ünitelerde, İktisat ve öteki derslerinizin içeriğinde sık sık karşılaşacaksınız.

Özet

Bu Ünite de; İşletme biliminin ve işletmelerin ekonomik sistem içindeki yerini, işletme kavramını ve işletmelerle bağlantılı temel kavramları inceledik. Artık;

- işletme biliminin kapsamını (sayfa 4),
- ekonomik Sistemin ne olduğunu (sayfa 4),
- üretim faktörlerinin neler olduğunu (sayfa 5),
- gereksinme ve isteklerin ekonomi içindeki yerini (sayfa 6),
- talep kavramını (sayfa 6-7),
- mal ve hizmet türlerini (sayfa 7-8),
- tüketim ve tüketici kavramlarını (sayfa 9-10),
- etkenlik ve ilgili kavramları (sayfa 10-11)
- işletme kavramını ve içeriğini (sayfa 11-14) biliyoruz.

İşletme Bilimi, işletmeleri ilgilendiren iç ve dış olayların açıklanması, çözümlenmesi ve sistemleştirilmesinin yanında, işletmelerin toplum içindeki yerini belirleme işlevini görür.

Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin çıkış noktası insan gereksinme ve istekleridir. İşletmelerin temel işlevi değişik boyutlardaki insan gereksinme ve isteklerinin giderilmesidir. Gereksinmelerin değişimine ve gelişimine bağlı olarak işletmelerin ortaya koyduğu ürünler de yenilenir.

İnsan gereksinmelerini giderme özelliğine sahip mal ve hizmetlere ekonomik mal ve hizmetler denir. Mal ve hizmetlerin üretimi için, emek, doğa, sermaye, teknoloji

ve girişimci olarak sıraladığımız üretim faktörleri bir araya getirilir.

İnsan gereksinme ve isteklerini gidermeye yarayan araba, kalem, televizyon gibi somut araçlara mal denir. Mallar değişik ölçülere göre sınıflandırılır. İnsan gereksinmelerini karşılamakla birlikte, somut olmayan araçlara hizmetler diyoruz. Oteller, bankalar ya da hastaneler hizmet üreten işletmelerdir.

Mal ve hizmetlerin kullanımı ile tüketim ortaya çıkar. Mal ya da hizmetleri bireysel gereksinmeleri için alanlara son tüketici, üretim, alıp satma ya da işletme kurmak amacıyla satın alanlara endüstriyel tüketici diyoruz. Satın alma gücü bulunan bireylerin ekonomik mal ve hizmetlere karşı gösterdiği satın alma işlevi talep olarak niteliriz.

İşletme kavramının yaygın olarak kullanılan tanımı işletmeyi mal ve/veya hizmet üretimi için üretim faktörlerinin bir araya getirildiği ekonomik birim olarak açıklar.

Özel girişim, bireylerin devlet müdahalesi olmaksızın; kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda davrandığı sistemdir. Temel unsurları, özel mülkiyet hakkı, seçme, özgürlüğü, kâr elde etme hakkı ve serbest rekabettir.

Aşağıda kendimizi sınav bölümündeki soruları yardım almadan yanıtlamaya çalışınız. Bu sorulara yanıt verebiliyorsanız, bir sonraki Üniteye geçebilirsiniz. Ancak soruları yanıtlamakta zorlanıyorsanız, geriye dönerek bu bölümleri tekrar okuyun.



Kendimizi Sınayalım

Özet bölümündeki konuları yeterince anlayıp anlamadığınızı ölçmek için aşağıdaki soruları yanıtlamaya çalışınız. Soruları zorlamadan yanıtladığınızda bir sonraki Üniteye geçebilirsiniz. Ancak zorlandığınız sorulara ilişkin konuları tekrarlamanız yararınıza olacaktır. Unutmayın! doğru yanıtları Ünitein sonunda bulabilirsiniz.

1. Ekonomik sistemin tanımı aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Mal ve hizmetlerin toplamıdır.
 - b. Kaynakların, bireyler ve kurumlar arasındaki dağılımıdır.
 - c. Bireyler ve kurumlar arasındaki ilişkilerdir.
 - d. İşletmelerde üretim yapabilmek için gerekli unsurların toplamıdır.
 - e. Toplumsal ilişkileri düzenleyen kuralların bütünüdür.
2. Aşağıdakilerden hangisi, üretim faktörleri arasında **değerlendirilemez**?
 - a. İnsan
 - b. Sermaye
 - c. İşletme
 - d. Doğa
 - e. Malın somut olması
3. Aşağıdakilerden hangisi, talep olgusunun ortaya çıkması için gerekli koşullardan birisidir?
 - a. Malın kaliteli olması
 - b. Malın fiyatını ödeme gücü olması
 - c. Malın rakipsiz olması
 - d. Piyasada rakiplerin olması
 - e. Malın somut olması
4. İnsanların gereksinme ve isteklerini gidermeye yarayan somut araçlara ne ad verilir?
 - a. Sermaye
 - b. İşletme
 - c. Hizmet
 - d. Üretim faktörü
 - e. Mal
5. Hava, kaynak suyu ve gün ışığı, aşağıdaki mal gruplarından hangisine örnektir?
 - a. Serbest mallar
 - b. Tüketim malları
 - c. Ekonomik mallar
 - d. Yatırım malları
 - e. Üretim malları

6. Dayanaklı malların **temel** özelliği aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Kullanımının sürekli olması
 - b. Bir kez kullanımdan sonra tüketilmesi
 - c. Uzun süreli kullanımla yavaş yavaş yok edilmesi
 - d. Somut bir özellik taşıması
 - e. Doğada serbest olarak bulunması
7. Hizmetleri mallardan ayıran **temel** özellik aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Somut olması
 - b. İnsan gereksinmelerini karşılamaya yönelik olması
 - c. Elle tutulma özelliğinin olmaması
 - d. Üretim, herhangi bir çabayı gerektirmemesi
 - e. Gereksinmeleri giderme özelliğinin olmaması
8. İnsan gereksinmelerini karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin kullanımı, aşağıdakilerden hangisiyle ifade edilir?
 - a. Tüketim
 - b. Üretim
 - c. Ekonomik yarar
 - d. Girişimcilik
 - e. Rekabet
9. Aşağıdakilerden hangisi mal veya hizmetleri üretmek, yeniden satmak ya da işletme kurmak amacıyla satın alır?
 - a. Üretici
 - b. Son tüketici
 - c. Girişimci
 - d. Endüstriyel tüketici
 - e. Yatırımcı
10. Aşağıdakilerden hangisi, özel girişimin **temel** unsurlarından biri **değildir**?
 - a. Özel mülkiyet hakkı
 - b. Seçme özgürlüğü
 - c. Kâr elde etme
 - d. Üretim hakkı
 - e. Serbest rekabet

“ Yaşamın İçinden

Aşağıda bu Ünite de incelediğimiz konularda ilgili, gerçek hayattan örnekler yer almaktadır. Örnek olayları okuyarak, bunlara ilişkin soruları yanıtlayınız. Örnek olayları dikkatlice okuyup, soruları yanıtlamanız, öğrendiklerinizin pekişmesi ve daha kalıcı olması açısından son derece önemlidir.

İlk Bisikletler

Günümüzde yaygın bir ulaşım, spor ve eğlence aracı olan bisiklet, ilk defa 1839 yılında İngiltere'nin Dumfriesshire yöresinde, Courthill kasabası demircilerinden Kirkpatrick Macmillan tarafından yapıldı. Yaklaşık 27 kilo ağırlığındaki ilk bisikletin tahta bir iskeleti vardır. Ön tarafına bir at başı geçirilmişti. Demir tekerleklerinden öndekinin çapı 80 cm, arka tekerleğin çapı ise 105 cm'ydı. Pedallar, kranklar aracılığıyla arka tekerleğe bağlanmıştı ve ayakların iler geri hareketleriyle tekerlek devinim kazanıyordu.

Macmillan'ın bisikleti icat ederken tek düşüncesi, Courthill ile Dumfriesshire arasındaki 22 km'lik yolu rahatlıkla gidip gelmesini sağlayacak bir araç geliştirmektir. Macmillan, 1842 yılında bisikletiyle bir iş için Glasgow'a gitti ve böylece farkında olmadan ilk uzun mesafe rekorunu kırdı.

Bisiklet, kısa zamanda ilgi gördü ve çeşitli bisiklet modelleri üretildi. 1870 yılında James Starley tarafından geliştirilen bir modelin ön tekerlekleri, arka tekerleğe oranla olağanüstü büyüktü. Eski modeller arasında hemen dik-kati çeken Starley bisikletinde, sürücü ön tekerleğin üzerine oturuyordu. Bu modelin üzerinde denge sağlamak oldukça güçtü ve bu nedenle düşme olaylarına çok sık rastlanıyordu.

Yine aynı yıllarda Starley ve Hilman, tümüyle metalden yapılan ilk bisikletin patentini aldılar. Bu modelin bir özelliği de tekerlek jantlarında ilk kez tel kullanılmasıydı. Aracın tanıtımı için Starley ve Hilman bisikletle hiç durmadan 154 km. yol alarak bir günde Londra'dan Coventry'ye gittiler ve kilisenin çanı tam gece yarısını vururken Starley'in evine geldiler. 1871 yılında bu bisiklet 8 şiling fiyatla satışa sunuldu.

Pedallı bisiklet üretimi gerçekleştiren ilk firma ise 1861'in mart ayında Paris'te Pierre Michaux tarafından kuruldu. Aynı yıl iki modelin tasarımı ve üretimi gerçekleştirildi. Seri üretime ise ertesi başlandı ve o yıl içinde firma 142 tane bisiklet üretti. Kadınlar için yapılan ilk bisikletin patenti 1870 yılında Samuel Webb Thomas tarafından alındı.

Kadın bisikletlerinin seri üretimi ise 1874 yılında Starley ve Hillman tarafından kendi buluşları olan bisiklet üzerinde yapılan birkaç değişiklikle başlatıldı. Ancak, bisikletin çok karmaşık bir pedal sistemi vardı ve üzerinde denge sağlamak hayli çaba istiyordu. Üstelik düşme anında ciddi yaralanmalara yol açabiliyordu.

Bisikletlerin tarihçesinde önemli bir gelişme de dolgu lâstiklerin yerini içi hava dolu lâstiklerin almasıdır. 1888'de Belfast'lı veteriner John Boyd Dunlop, bir bahçe hortumunu iki ucunu birleştirdikten sonra içine hava pompalayarak ilk şişme lâstigi icat etti. Dunlop'un şişme lâstigi bisiklete büyük bir üstünlük kazandırdı. 1901'de bisikletlerde vites ve mekanizması kullanıma girdi.

İlk bisiklet vitesleri iki veya üç kademeliydi. 1920'lerde Sturmey-Archer Company, üç kademeli vites ile kontrpedal fren mekanizmalarını birleştirdi.

V. Belgil, Bilim Teknik

1. Bisikletin yaşamlarımıza girmesi ile ilgili bu öyküde, Ünite içinde ele aldığımız kavramlardan hangileri ile bağlantı kurabilirsiniz?
2. Bisikletin bir ürün olarak geliştirilmesi, belli üretim sektörlerinde itici güç olarak etki yapmıştır? Bu etkinin hangi sektörlerde ve boyutlarda ortaya çıktığını tartışınız.

Biraz Daha Düşünelim

1. İşletme Biliminin kapsamını açıklayınız.
2. Ekonomik sistem nedir?
3. Ekonomik sistemler arasındaki farklılıklar nereden kaynaklanır?
4. Üretim faktörleri nelerdir? Özelliklerini kısaca açıklayınız.
5. Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin temel hareket noktası nedir? Kısaca açıklayınız.
6. Talep kavramını ve işletmeler için ne ifade ettiğini belirtiniz.
7. Üretimi için çaba harcanıp harcanmaması açısından mallar kaçaya ayrılır?
8. Tüketim ve üretim malları arasındaki farklılık nedir?
9. Hizmet kavramını tanımlayınız.
10. Tüketim ve tüketici kavramlarını tanımlayarak, işletmeler için önemini belirtiniz.
11. Özel girişim kavramını ve özelliklerini açıklayınız.
12. İşletme nedir? Yukarıda ele alınan kavramlarla hangi açılardan ilişkisi vardır?

Başvurabileceğimiz Kaynaklar

- Boone, Louis E. ve David L. Kurtz. **Contemporary Business 2000**, The Dryden Press, Newyork, 2000.
- Ertürk, Mümin. **İşletme Biliminin Temel İlkeleri**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2000.
- Karalar, Rıdvan. **İşletme Temel Bilgiler İşlevler**, Anadolu Üni. Basımevi, Eskişehir, 1998.
- Mucuk, İsmet. **Modern İşletmecilik**, İstanbul, 1998.

Yanıt Anahtarı

1. b Yanıtınız yanlış ise “Ekonomik Sistem” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
2. c Yanıtınız yanlış ise “Üretim Faktörleri” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
3. b Yanıtınız yanlış ise “Talep-Arz” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
4. e Yanıtınız yanlış ise “Gereksinme ve İstekler” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
5. a Yanıtınız yanlış ise “Serbest Mallar” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
6. c Yanıtınız yanlış ise “Dayanımlı Mallar” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
7. c Yanıtınız yanlış ise “Hizmet” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
8. a Yanıtınız yanlış ise “Tüketim-Tüketici” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
9. d Yanıtınız yanlış ise “Tüketim-Tüketici” kavramını yeniden gözden geçiriniz.
10. d Yanıtınız yanlış ise “Özel Girişim” kavramını yeniden gözden geçiriniz.