

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:1 İŞLETME İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

İŞLETME KAVRAMI VE İŞLETMELERİN DOĞASI

İşletme, müşteriler tarafından arzu edilen ürün ve hizmetleri sağlayarak kâr elde etmeyi amaçlayan bir kuruluştur. Mal ya da ürün; bilgisayar ya da otomobil gibi, işletmeler tarafından üretilen ve insanların ihtiyaçlarını gideren somut bir varlıktır. Hizmet ise işletmelerin tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için sağladıkları; taşınamayan, dokunulamayan, biriktirilemeyen, bir başka anlatımla somut olmayan araç ya da varlıklardır.

Kâr, işletmelerin, arzu edilen bir mal ya da hizmeti sağlamak ve piyasaya sunmak amacıyla insan, teknoloji ve bilgi olgularını bir araya getirmekle üstlendikleri riskin ödülüdür.

ÜRETİM VE ÜRETİM FAKTÖRLERİ

Üretim, fayda ve değer yaratmak amacıyla mal ve hizmetlerin meydana getirilmesi veya yaratılmış mal ve hizmetlerin fayda ve değerlerini artırmak amacıyla harcanan çabaların tümüdür. Üretim faktörleri, mal ve hizmetleri ortaya çıkarmak için kullanılan kaynaklardır. Üretim faktörlerinin verimli bir şekilde kullanımı, işletmelerin aynı kaynaklarla daha fazla çıktı üretmesine imkân sağlar. Üretim faaliyetinde yer alan dört geleneksel üretim faktörü mevcuttur: Doğal kaynaklar, emek (işgücü), sermaye ve girişimcilik. Bu sınıflamaya beşinci faktör olarak bilgiyi eklemek mümkündür.

İNSAN İHTİYAÇLARI

Maslow, insanların gösterdiği her davranışın bir ihtiyacın tatminine yönelik olduğunu ve bu ihtiyaçların belirli bir sıralaması olduğunu ifade etmektedir. Bir başka deyişle alt seviyedeki bir ihtiyaç giderilmedikçe, üst kademedeki bir ihtiyaç kişiyi herhangi bir davranışa itmemektedir. Maslow'a göre kişinin ihtiyaçları beş ana kategoride toplanabilir.

Fizyolojik İhtiyaçlar: Hayatın sürdürülebilmesi için gerekli, su, uyku, beslenme, ısı, giyinme ve barınma gibi ihtiyaçlar fizyolojik ihtiyaçlardır. Bunlar en temel ihtiyaçlardır ve genelde tatmin edildikten belirli bir süre sonra tekrar ortaya çıkarlar. Bir insanın solunum için ihtiyaç duyduğu oksijen miktarı gibi.

Güvenlik İhtiyaçları: Güvenlik ihtiyaçları kişinin can ve mal güvenliğini sağlamaya yönelik ihtiyaçlardır. Bu doğrultuda iş güvencesine sahip olma ya da emeklilik hakkı gibi konular güvenlik ihtiyacı kapsamındadır.

Sevgi ve Bağlanma İhtiyacı: Fizyolojik ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyaçları, fiziksel ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçları tatmin olan kişi diğer insanlarla ilişkiyi içeren birtakım ihtiyaçlara yönelir. Bunlar da; sevmek, sevilme ve ait olma şeklindeki sosyal ihtiyaçlardır.

Saygı Görme İhtiyacı: Saygı görme ihtiyacı, başkalarının kişiyi değerlendirmesine yönelik olabileceği gibi, insanın kendi kendini takdir etmesi şeklinde de olabilir. İnsanın kendine güven duyması, kendini güçlü, yeterli bir kişi olarak görmesi kendini takdir duygusundan kaynaklanmaktadır.

Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı: Kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kişisel bütünlükle ilgilidir ve insanın kendi potansiyelini görebilmesi, kendine yetmesi, yaratıcı olması ve sürekli olarak kendini geliştirmesi gibi konular içerir.

EKONOMİ VE EKONOMİK SİSTEMLER

Ekonomi, kıt üretim faktörlerinin çeşitli mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılmak üzere nasıl seçileceğini ve üretilen mal ve hizmetlerin tüketim amacıyla toplumun bireyleri arasındaki dağıtımını inceleyen bir bilim dalıdır. Ekonomik faaliyetlere ilişkin düşünce sistemleri dört ana kategoride toplanabilir: Kapitalizm, güdümlü ekonomi, sosyalizm ve sosyal devlet anlayışı ve karma ekonomik sistem.

Kapitalizm: Kapitalizm, özel mülkiyetin üretim araçlarının ağırlıklı bir bölümüne sahip olduğu ve işlettiği; yatırım, dağılım, gelir, üretim ve mal ile hizmet fiyatlarını piyasa ekonomisinin belirlediği sosyal ve ekonomik sistemdir.

Güdümlü Ekonomi (Komünizm): Güdümlü ekonomi, kaynak dağıtımının ve ekonomik karar verme sürecinin merkezi hükümet planlamasıyla gerçekleştirildiği bir sistemdir. Bu sistemde hangi mal ve hizmetlerin nerede, kim tarafından, ne kadar üretilmesine devlet karar vermektedir.

Sosyalizm ve Sosyal Devlet Anlayışı: Sosyalizm, ana endüstrilerdeki faaliyetlerin devlet ya da özel sektör tarafından güçlü devlet kontrolü altında gerçekleştirildiği bir sistemdir.

Karma Ekonomik Sistem: Bu sistem, farklı ekonomik sistemlerin birleştirildiği bir yapıya sahiptir. Sistem, bazı endüstrilerin devlet tarafından, bazılarının ise özel sektör tarafından sahiplenilip işletilmesine dayalıdır.

YÖNETİCİ: Bir işletme, girişimci tarafından yönetilebilir. Bu takdirde girişimci hem işletmenin sahibi hem de yöneticisidir. Bunun tam tersi durumda girişimci, yönetim görevini esas işi yöneticilik olan profesyonel kişilere bırakabilir. İşletmelerde amaçlar ve bu amaçlara ulaşmayı sağlayacak araçlar belirlendikten sonra işler önce ana iş grupları olarak belirlenir.

MALİYET VE GELİR

Maliyet, bir mal ya da hizmetin üretilmesi ve müşteriye ulaştırılması sürecinde kullanılan unsurların parasal ifadesidir. Bu kapsamda kira, maaş, sarf malzemeleri (araç-gereçler), ulaştırma masrafları maliyet unsurlarına örnek olarak verilebilir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

Gelir, müşterilere sağlanan mal ve hizmetler karşılığında elde edilen varlık akışıdır. Bir başka ifadeyle gelir, işletmelerin müşteriye mal ya da hizmet sağlamasıyla kazandıkları paradır.

Kâr, tüm maliyet ve harcamalar ödendikten sonra artan paradır. Başka bir şekilde ifade edecek olursak, kâr, bir faaliyetin gerçekleşmesi sonucunda elde edilen gelir ile faaliyet için yapılan giderler arasındaki farktır ve bu pay girişimci faktörüne ait olan paydır.

Rant, herhangi bir üretim faktörüne, onu belirli bir istihdam alanında tutmak için gerekli olan miktardan fazla yapılan ödeme veya toprağın ve üzerindeki diğerlerin kullanımı için ödenen fiyattır.

Faiz, paranın belli bir sürede getirdiği pay tutarıdır. Faiz, sermayenin belirli bir süre kullanımı karşılığında ödenen bedeldir. Üretim faktörlerinde emeğin gelirden aldığı pay olarak nitelenebilecek ücret, yaptıkları işin karşılığı olarak çalışanlara ödenen paradır.

VERİMLİLİK VE ETKİNLİK

Verimlilik, belirli bir çıktının, bu çıktının ortaya çıkarılmasında kullanılan girdilere oranıdır. Yüksek verimlilik, aynı miktar kaynakla daha çok üretmek ya da aynı girdiyle daha çok çıktı elde etmektir. İşletmelerde kaynak hassasiyetini vurgulayan bir prensip olarak verimlilik, en az kaynak kullanımı ve maliyetle amaçlanan sonuçlara varabilmek olarak da tanımlanabilir.

Etkinlik ise genel anlamda bir faaliyet, hareket ya da davranışın, amacına ulaşma derecesidir. Bir başka ifadeyle etkinlik, sonuçlara varabilmekle aynı anlamı taşımaktadır.

İŞLETMELERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Sömürgecilik Dönemi: Bu dönemdeki ekonomik faaliyetin kapsamı sınırlıdır. Bir başka ifadeyle insanlar daha çok kendi ihtiyaçlarını üretip tüketmeye çalışmışlar; pazara yönelik bir üretim faaliyeti gerçekleştirilmemiştir.

Sanayileşme Dönemi: Sanayi Devriminin ortaya çıkardığı fırsatlar, girişimciliği artırmış; ticari açıdan elverişli pek çok buluş ve yeni üretim teknikleri ortaya çıkmıştır. Bu girişimci ruh, işletmeciliğin ve yaşam standardının gelişmesine yol açmıştır. Bu dönüşüm de üretilen mallar için talebi artırmıştır.

Üretim Dönemi: 20. yüzyılın başlarında üretilen mallara ilişkin talep arttıkça işletmeler üretimdeki süreçlere daha fazla odaklanarak verimliliği ve etkinliği artırmaya çalışmıştır. Üretim döneminde işletmeler, dış çevre ve etkilerden çok; iç süreçlere odaklanmışlardır. Tüketici istek ve ihtiyaçlarına yönelik ilgi bu dönemde çok fazla görülmemektedir. Bunun yerine işletmeler piyasa taleplerini daha genel hatlarla yorumlayarak üretilen ürünlere karar vermiştir.

Pazarlama Dönemi: 1930'dan itibaren tüm dünyada etkili olan büyük ekonomik krizin etkisiyle işletmeler artan üretim hacmini doğrudan satışa çevirememiştir. Bu ise yöneticilerin pazarlamaya daha fazla dikkat göstermesine sebep olmuş; satış ve reklam yeni bir önem kazanmıştır. İşletmelerde pazarlama araştırması yapan birimler oluşturulmuş; gerçek üretime başlamadan önce tüketici istekleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Böylelikle tüketici daha önce otomobil almak istediğinde siyah renge mahkûmken artık istediği renkte arabayı alabileceği bir ortama kavuşmuştur.

İlişki Dönemi: Çağdaş işletmecilik artık yeni bir döneme girmektedir. Bilgi iletişim teknolojisindeki gelişmeler işletmelerin hem müşterileri, çalışanları, tedarikçileri ile hem de diğer kuruluşlarla derin ve doğrudan bağlantılar kurma imkânını artırmıştır. Dolayısıyla işletmeler artık karşılıklı fayda ortaya çıkarma amacına yönelik bu tür ilişkiler geliştirme üzerine odaklanmaktadır.

İŞLETME BİLİMİ VE DİĞER BİLİM DALLARI İLE İLİŞKİSİ

İktisat ve İşletme Bilim Dalı: İktisat bilimi açısından önemli olan toplumsal ihtiyaçların nasıl karşılanıp ekonomik refahın nasıl elde edileceği iken işletme bilim dalı, bireylerin ihtiyaçlarını doğru bir şekilde inceleyerek bu ihtiyaçları giderecek mal ve hizmetlerin üretilmesi için uğraşır.

Davranış Bilimleri ve İşletme Bilim Dalı: Davranış bilimleri, birey ve grup olarak insanların çeşitli özelliklerini, tutumlarını ve karşılıklı etkileşimlerini çeşitli yöntemlerle inceleyerek insanı ve içinde bulunduğu grubu tanımaya çalışan sosyal bilim topluluğudur. İşletmeler de belirli bir toplumsal yapı içerisinde faaliyet gösterdiğinden toplumsal yapıya ilişkin bir bilgi alt yapısına sahip olmak ve toplumsal kurallara uygun hareket etmek zorundadır. Bu ise ancak sosyolojinin yardımı ile mümkün olabilecektir. Dolayısıyla işletme bilim dalı ile sosyoloji arasında yakın bir ilişki söz konusudur.

Hukuk ve İşletme Bilim Dalı: Hukuk kelimesi toplumu düzenleyen ve devletin yaptırım gücünü belirleyen yasalar bütünüdür ifade etmektedir. İşletmeler belirli bir düzen içinde faaliyette bulunurlar. Bu düzenin sınırlarını belirleyen hukuk olduğu için işletme bilim dalı ile hukuk arasında sürekli bir ilişki mevcuttur. Bu ilişki işletmelerin kuruluş aşamasında başlayıp faaliyetlerini gerçekleştirme, amaçlarına ulaşma ve başta müşteriler olmak üzere toplumun farklı kesimleriyle ilişkilerini düzenleme sırasında devam etmektedir.

Matematik-İstatistik ve İşletme Bilim Dalı: İşletmelerde tedarik ve üretim sürecinde, ekonomik sipariş miktarı, stok kontrolü, maliyet düşürme, kâr artırma gibi konulardaki sorunlara en iyi çözümü bulabilmek için istatistik ve matematikten yararlanılır.

Bilgi Teknolojileri ve İşletme Bilim Dalı: Son dönemde bilgisayar teknolojisinde ortaya çıkan hızlı gelişmeler, işletmelerde elektronik bilgi işlem sistemlerinin yaygın bir şekilde kullanılması sonucunu doğurmuştur. İşletmenin performansını, verimliliğini ve rekabet gücünü artırmak, organizasyon kararlarını ve faaliyetleri iyileştirmek ve en iyi uygulamaları elde etmek, maliyetleri düşürmek ve yenilikçi bir organizasyon oluşturmak gibi konularda bilgi teknolojileri işletmelere büyük katkı sağlamaktadır.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRMESORULARI

- Aşağıdaki kavramlardan hangisi, kişilerin sahip oldukları para ile mal ve hizmetlerden yararlanabilme düzeyini ifade eder?
a) Yaşam standardı b) Yaşam kalitesi c) Tüketim d) Fayda e) Tatmin
- Aşağıdakilerden hangisi mal veya hizmetlerin üretimi ve müşteriye ulaştırılması sürecinde kullanılan her tür donanımı ifade eder?
a) Emek b) Doğal kaynaklar c) Sermaye d) Girişimci e) Bilgi
- Kaynak dağıtımının ve ekonomik karar verme sürecinin merkezi hükümet planlamasıyla gerçekleştirildiği ekonomik sistem aşağıdakilerden hangisidir?
a) Kapitalizm b) Güdümlü ekonomi c) Sosyalizm d) Karma ekonomik sistem e) Liberalizm
- Genel anlamda bir faaliyet, hareket ya da davranışın amacına ulaşma derecesini niteleyen kavram aşağıdakilerden hangisidir?
a) Etkinlik b) Verimlilik c) Üretkenlik d) Kârlılık e) Başarı
- Aşağıdakilerden hangisi işletme bilim dalının, insan unsurunun davranışını anlamada yararlandığı bilim dallarından değildir?
a) Psikoloji b) Sosyoloji c) Hukuk d) Antropoloji e) Örgütsel Davranış
- Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin tüketici ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sağladıkları taşınamayan, dokunulamayan, biriktirilemeyen araç ya da varlıklara verilen isimdir?
a) Mal b) Hizmet c) Ürün d) Süreç e) Fayda
- Mal veya hizmetleri satma yolu ile ihtiyaç sahiplerine kazandırılması ile anlatılmak istenen fayda türü aşağıdakilerden hangisidir?
a) Maddi fayda b) Mekân faydası c) Zaman faydası d) Mülkiyet faydası e) Şekil faydası
- Aşağıdaki ihtiyaçlardan hangisi kişisel bütünlükle ilişkilidir?
a) Fizyolojik ihtiyaçlar
b) Güvenlik ihtiyaçları
c) Sevgi ve bağlanma ihtiyacı
d) Saygı görme ihtiyacı
e) Kendini gerçekleştirme ihtiyacı
- Müşterilere sağlanan mal ve hizmet akışından elde edilen varlık akışı aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?
a) Maliyet b) Gelir c) Kâr d) Rant e) Faiz
- Aşağıdaki dönemlerin hangisinde Henry Ford'un işletmeciliğe getirdiği montaj hattı pek çok endüstride ortak uygulama haline dönüşmüştür?
a) Sömürgecilik dönemi
b) Sanayileşme dönemi
c) Üretim dönemi
d) Pazarlama dönemi
e) İlişki dönemi

1.A, 2.C, 3.B, 4.A,5.C, 6.B,7.D, 8.E,9.B,10.B

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:2 İŞLETMELERİN AMAÇLARI VE ÇEVRESİ

İŞLETME AMAÇLARININ DOĞASI

Bazen amaç kavramı, genel bir kavram olarak görülürken kimi zaman da stratejik niyet olarak ortaya konan genel bir kavramın alt unsuru olarak belirtilmektedir. Bu bakış açısı ile değerlendirildiğinde karşımıza vizyon, misyon, amaç ve hedef şeklinde parçalardan oluşan, hiyerarşik bir sıralama gösteren ve hepsi bir arada işletmenin stratejik niyetini ortaya koyan bir bütün çıkmaktadır.

Vizyon, işletmenin uzun vadeli zaman yönelimini ifade eder ve nasıl bir işletme olmayı arzuladığını ortaya koyar. Bir başka ifade ile vizyonu, işletmenin gelecekteki durumunu sözcüklerle yansıtan, bir fotoğrafı veya resmi olarak nitelenmek mümkündür.

Misyon, işletmenin yaptığı iş ve bu işi yaparken benimsediği değerleri, yaklaşımları, felsefesini rakiplerle kendini farklılaştıracak nitelikte açıklamasıdır.

Amaç, işletmenin stratejik niyetini misyona uygun olarak fakat daha belirli ve somut bir içerikte belirten, ama yine de geniş ve genellemeler içeren ifadelerdir.

Hedef ise amaçların daha kesin, ölçülebilir ve eyleme yönelik olarak belirtilmesi ile ortaya çıkar ve amaçların nicelik olarak belirtilmiş şeklidir.

İŞLETME AMAÇLARI

İşletmelerin temel amacı, kâr elde etmek ve kazançlarını en üst seviyeye taşımak olmakla birlikte gelişen birtakım sosyo-ekonomik yapılanmalarla birlikte, kazanç dışındaki başka konuların da amaç olarak belirlenmesi gereği ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle işletmelerin amaçlarını ekonomik ve ekonomik olmayan amaçlar şeklinde ikiye ayırmak mümkündür.

Ekonomik Amaçlar: Ekonomik amaçlar, işletmenin pay sahiplerinin elde etmek istediği amaçlardır. Bu amaçların belirlenmesinde işletme sahiplerinin beklentileri etkin rol oynar. Genel olarak tüm işletmelerin sahip olduğu ekonomik amaçları üç başlık altında toplamak mümkündür: **Kârlılık-Büyüme-Süreklilik**

Ekonomik Olmayan Amaçlar: İşletmecilikte sosyal sorumluluk anlayışının kabul edilmesiyle birlikte, işletmenin ekonomik çıkarları yanında genel anlamda toplumun çıkarlarına da hizmet etmesi gerekliliği işletme amaçlarına da yansımıştır. İşletmenin ekonomik amaçlarının büyük ölçüde katkı sağladığı üst yönetim ve hisse sahiplerini bir kenara bırakarak farklı paydaş gruplarını ayrı ayrı değerlendirmek suretiyle, bu grupların amaçlarına göz atacak olursak şunları belirtebiliriz: **Çalışanlar-Tedarikçiler-Satıcılar-Müşteriler-Genel anlamda toplum**

İŞLETMELERDE AMAÇ FARKLILAŞMASI VE ÇIKAR GRUPLARI

İşletmedeki çıkar grupları, üretim ya da pazarlama bölümü gibi bütün bir bölüm şeklinde olabileceği gibi, bir proje takımı gibi, bölümler içerisinde daha küçük bir grup olarak da ortaya çıkabilir. Bazen bu tür farklı çıkar grupları oluşturmak işletmenin bilinçli yapısal bir faaliyeti de olabilir. Burada önemli olan nokta çıkar gruplarının amaçlarını belirlerken, tüm bilgilere ulaşmaları ve bu bilgileri tam olarak değerleyebilmeleri mümkün olmadığından, yalnızca kendi seçtikleri ve analiz edebilecekleri bilgiler yardımıyla sınırlı sayıda seçenek üretebilecekleri gerçeğidir.

İşletmelerde karşılaşılan amaç farklılaşmasına ilişkin olarak dört etken önem kazanmaktadır:

- İşletmedeki çıkar gruplarının büyük bir bölümü üst yönetimin belirlediği amaçları onaylayacaktır. Zira grubun amaçlarına ulaşmasında bu amaçlar bir tür araç konumundadır. Bu durum, çıkar grupları arasındaki müzakere ve pazarlık sürecinin bir sonucudur.
- İşletme çalışanlarının büyük bir bölümü üst yönetimin amaçlarını çok fazla sorgulamadan benimseyecektir. Bu durum, çalışanla işletme arasındaki iş akdinin örtülü bir unsuru olarak da düşünülebilir.
- İşletmedeki baskın koalisyon olarak üst yönetim, amaçların gerçekleşmesini sağlamak amacıyla tedbirler alacaktır. Personel seçiminden, iş tasarımına ve kaynak dağıtımına kadar uzayabilecek bu tedbirler, işletme bünyesindeki herkesin işletme amaçlarına uyum sağlamasını gerçekleştirmeye yöneliktir.
- İşletme yönetimi, kurum içerisinde farklı grupların gerçekleştirmek istediği farklı amaçların varlığını kabul etmelidir.

İŞLETMELERİN ÇEVRESİ

1.İşletmenin Yakın (İş) Çevresi: İşletmenin yakın çevresi, girdilerini temin ettiği, üretim faaliyetinde bulunarak ürettiği mal ve hizmetleri müşterilerine sattığı ve bu arada benzer mal ya da hizmet üreten rakipleriyle mücadele ettiği çevredir. Bu dış çevre, işletmenin sektör veya yakın çevresi olarak adlandırılır.

Müşteriler: İşletmenin faaliyetlerinden etkilenen ve bu faaliyetleri etkileyen en önemli çevre unsuru müşteri veya tüketicilerdir.

Tedarikçiler: İşletme ile yakın ilişki halindeki çevresel unsurlardan bir diğeri işletmeye üretim girdilerini temin eden tedarikçilerdir. Tedarikçiler, işletmelere faaliyetleri için gerekli olan mal ve hizmetleri sağlarlar.

Rakipler: Rakipler, aynı faaliyet dalında aynı müşteri kitlesine ürün ya da hizmet sunan işletmelerdir. İşletmenin rakipleri benzer mal ve hizmetleri üreten firmalar olabileceği gibi, ikame mal ve hizmet üreten işletmeler de olabilir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

Sendikalar: Sendikalar, iş gücü maliyetlerinin şekillenmesinde, işletmelerde iş gücünün verimliliğinin artırılmasında ve çalışma barışının sağlanmasında önemli bir unsurdur. Bu noktadan hareketle, işletme-sendika ilişkilerinin olumlu bir içerikte sürdürülmesi önem arz etmektedir.

Finans kurumları: İşletmenin yakın çevresinde yer alan bir diğer grup da işletmeye finansal olanaklar sağlayan ve kredi veren finans kuruluşları ile bankalardır. Bu kuruluşlar, işletmeye verdikleri kredilerle fon ve kaynak transfer ettikleri için işletme açısından bir tür tedarikçi gibidirler.

2.İşletmenin Uzak (Genel) Çevresi: işletme ile bu çevresel unsurlar arasında doğrudan bir ilişki bulunmamakta, ancak buna rağmen bu unsurlar işletmeye etki etmektedir. Bu unsurların bulunduğu çevre, genel çevre veya işletmenin uzak çevresi olarak adlandırılmaktadır.

Politik çevre: İşletmeler belirli bir yönetsel sistem ve siyasal oyunculardan oluşan bir ortamda faaliyette bulunmaktadır. Politik çevre olarak adlandırılan bu unsur, faaliyette bulunulan ülkede, merkezi ve yerel resmî makamların ve bunlara bağlı kuruluşların siyasi otoritesini sağladığı ve kullandığı ortam şeklinde tanımlanabilir.

Yasal çevre: Politik çevredeki aktörler çıkardıkları yasalar, yönetmelik ve kararlarla işletmelere etki ederler. Bu doğrultuda ortaya çıkan yasal çevreyi, politik çevre unsurlarının somut kurallar hâline dönüşmüş şekli olarak tanımlamak mümkündür.

Ekonomik çevre: Ekonomik çevre, toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin sınırlı kaynaklarla üretilip tüketildiği, kaynakların, mal ve hizmetlerin ve gelirin bölüştüğü ortamdır.

Sosyo-kültürel çevre: İşletmeler, belirli bir toplumsal yapıda yer alan birey ve kurumlara mal ya da hizmet üretirler. Ayrıca işletmelerde çalışan kişiler de yine belli bir toplumsal yapının fertleridirler. Bu noktada toplumun değer yargıları, tutumları, davranış biçimleri, kültürel alışkanlıkları, olaylara bakış açıları, yaşam biçimleri işletmenin faaliyetlerine etki eden bir çevresel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Demografik çevre: Demografik çevre işletmelerin faaliyette bulunduğu çevredeki nüfusun yapısı, özellikleri ve eğilimleri ile ilgili unsurları kapsamaktadır.

Teknolojik çevre: Teknoloji, malzeme, süreçler ve ürün ortaya konmasında mevcut bilgi ve becerilerin uygulanmasını anlatan genel bir kavramdır. Teknolojik çevre ise, yeni bilgilerin yaratıldığı ve her ortamda uygulanarak ürün ve süreçlerde gelişmelere yol açan faaliyetlerin oluşturulduğu platform olarak tanımlanabilir.

Uluslararası çevre: Uluslararası çevre, işletmenin faaliyette bulunduğu ülke dışındaki yabancı ülkelerdeki koşulları barındıran politik, yasal, ekonomik ve sektörel olayları ve müşteriler, tedarikçiler, rakipler gibi aktörleri kapsamaktadır.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi, işletmelerin ekonomik amaçlarından biri değildir?

- a) Kârlılık b) Uzun süre yaşam c) Verimlilik d) Büyüme e) Süreklilik

2. Tam tatminin değil yeterli tatminin, tam optimum çözümlerin değil, yeteri kadar optimum çözümlerin altını çizen ve bunları bulduğunda, bu çözümleri kabul eden anlayış aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Verimlilik b) Etkinlik c) Örgütsel Siyaset d) Rasyonellik e) Kısıtlı Rasyonellik

3. İşletmenin faaliyetlerinden etkilenen ve bu faaliyetleri etkileyen en önemli çevre unsuru aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Müşteriler b) Çalışanlar c) Tedarikçiler d) Satıcılar e) Rakipler

4. İşletmenin faaliyette bulunduğu ülkede, merkezi ve yerel resmî makamların ve bunlara bağlı kuruluşların siyasi otoritesini sağladığı ve kullandığı ortam aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Politik çevre b) Yasal çevre c) Demografik çevre d) Teknolojik çevre e) Sosyokültürel çevre

5. Yeni bilgilerin yaratıldığı ve her ortamda uygulanarak ürün ve süreçlerde gelişmelere yol açan faaliyetlerin oluşturulduğu platform aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilmektedir?

- a) Politik çevre b) Yasal çevre c) Demografik çevre d) Teknolojik çevre e) Sosyokültürel çevre

6. Aşağıdaki kavramlardan hangisi işletmenin uzun vadeli zaman yönelimini ifade ederek, nasıl bir işletme olmayı arzuladığını ortaya koyar?

- a) Misyon b) Vizyon c) Değer d) Amaç e) Hedef

7. İşletmenin üretimi için gerekli olan hammadde ve yardımcı malzemelerle ara malları temin eden kişi ya da kuruluşlar hangi kavramla ifade edilir?

- a) Müşteriler b) Satıcılar c) Tedarikçiler d) Toplum e) Çalışanlar

8. İşletme içerisinde bireyin ya da grubun, çıkarlarını korumasına yardımcı olacak ödülleri sağlama gücüne sahip kişilere yönelik olarak sergilediği sosyal etki çabaları hangi kavramı tanımlamaktadır?

- a) Verimlilik b) Etkinlik c) Örgütsel Siyaset d) Rasyonellik e) Kısıtlı Rasyonellik

9. Aşağıdakilerden hangisi işletmenin yakın (iş) çevresindeki unsurlardan biri değildir?

- a) Müşteriler b) Tedarikçiler c) Rakipler d) Teknolojik çevre e) Finans kurumları

10. İşletmelerin faaliyette bulunduğu çevredeki nüfusun yapısı, özellikleri ve trendleri ile ilgili unsurları kapsayan çevre kategorisi aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Politik çevre
b) Yasal çevre
c) Demografik çevre
d) Teknolojik çevre
e) Sosyokültürel çevre

1.C, 2.E, 3.A, 4.A, 5.D, 6.B, 7.C, 8.C, 9.D,10.C

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:3 İŞLETMELERİN SINIFLANDIRILMASI

FAALİYET ALANLARINA GÖRE İŞLETMELER

Faaliyet alanı ya da üretilen mal veya hizmet türü açısından işletmeler; sanayi ya da endüstri işletmeleri, ticaret işletmeleri ve hizmet işletmeleri olarak ayırt edilebilir.

Sanayi (Endüstri) İşletmeleri: Sanayi ya da endüstri işletmeleri, üretim sürecinde kullanılan her türlü ham madde ve malzemeyi işleyerek bunlarda fiziki nitelik, şekil ve kimyasal özellik yönünden değişiklik meydana getirerek yeni ve farklı bir ürün ortaya çıkaran işletmelerdir. Sanayi işletmelerini de kendi içlerinde iki ayrı kategoride incelemek mümkündür:

- **Sanayi Mali Üreten İşletmeler:** Üretici işletmeler için üretim gerçekleştiren işletmelerdir. Petro-kimya işletmeleri, rafineriler, demir-çelik işletmeleri gibi
- **Tüketim Mali Üreten İşletmeler:** Bu işletmelerin ürünleri doğrudan tüketicilerin ya da kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek özellikler taşımaktadır. Örneğin beyaz eşya ürünleri, mobilya, tekstil v.b. ürünler üreten işletmeler bu gruptadır.

Ticaret İşletmeleri: Ticaret işletmeleri, üretilmiş malların toptancılığını, yarı toptancılığını ve perakendeciliğini yapan işletmelerdir.

Hizmet İşletmeleri: İşletmelerin tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için sağladıkları taşınamayan, dokunulamayan, biriktirilemeyen, bir başka anlatımla somut olmayan araç ya da varlıklar hizmet kavramı ile ifade edilmektedir.

ÜRETİM ARAÇLARININ MÜLKİYETİNE GÖRE

Özel İşletmeler: Özel işletmeler, mülkiyet ve sermayesinin tamamı veya büyük bir bölümü özel kişilere ait olan işletmelerdir.

Kamu İşletmeleri: Sermayesinin tamamı ya da büyük çoğunluğu devlete ya da kamu tüzel kişilerine ait olan işletmelerdir. Kamu işletmeleri kendi içinde; sosyal güvenlik kuruluşları, döner sermayeli işletmeler, özel bütçeli devlet işletmeleri ve yerel yönetim işletmeleri şeklinde kategorilere ayrılmaktadır.

Karma İşletmeler: Özel ve kamu işletmelerinin ortak sermaye ile kurdukları işletmelerdir. Bu tür işletmelerde kamu sermaye payı genel olarak yarıdan azdır. Bu nedenle de yönetim özel sektördedir.

Yabancı Sermayeli İşletmeler: Üretim araçlarının mülkiyeti başka ülke girişimcilerine ait olan işletmelerdir.

HUKUKİ YAPILARINA GÖRE İŞLETMELER

Tek Kişi İşletmeleri: Gerçek hayatta çok görülen bu işletme biçimi, en basit ve en eski işletme türüdür. İşletme sahipliğinin tek bir kişide (Tacir) toplandığı bu işletme türünde, faaliyetlerle ilgili kararlar bir kişi tarafından alınır, uygulanır ve denetlenir. Kâr ve zararın doğrudan bir kişiye ait olduğu ve işletmenin tüzel kişiliğinin söz konusu olmadığı bu tür işletmelerde işletme sahibi ile işletme hukuki açıdan ayrı tutulmamakta ve görece daha az sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Şirketler (Ortaklıklar): Birden çok kişi tarafından sermayesi sağlanarak kurulan ve yönetilen işletmelerdir. Bu oluşumların ortak özelliği sahipliğin birden çok kişi açısından söz konusu olmasıdır. Türk Hukuk sisteminde şirketler adi şirketler ve ticaret şirketleri olmak üzere iki biçimde ortaya çıkmaktadır.

1.Adi şirketler: İki veya daha fazla kişi tarafından sözlü ya da yazılı bir sözleşmeyle kurulur.

2.Ticaret şirketleri: İki veya daha fazla kişinin bir araya gelerek belirleyecekleri amaçlara ulaşmak için Türk Ticaret Kanunu'nun düzenlediği şekilde kurulan şirketlerdir.

Şahıs şirketleri: Birbirini iyi tanıyan ve birbirine güvenen kişiler tarafından kurulan az sayıda ortaklı işletmelerdir. Şahıs şirketleri de iki şekilde ortaya çıkabilir.

1.Kollektif Şirketler: Ticari bir işletmeyi bir ticaret unvanı altında çalıştırmak amacıyla özel kişiler tarafından kurulan ve ortakların hiçbirinin sorumluluğunun sınırlandırılmadığı şirket türüdür.

2.Komandit Şirketler: Kollektif şirkete benzetmekle birlikte bu şirket türünde bazı ortaklar, kollektif şirketteki gibi sınırsız bir şekilde sorumlu olurken, diğer bazıları ise yalnızca koydukları sermaye kadar sorumludurlar.

Sermaye şirketleri: Bu şirketlerin temel özellikleri; işletmeye sermaye getiren herkesin ortak olabilmesi, getirdiği sermaye kadar pay sahibi olması ve her ortağın payını başkasına devredebilmesidir. Şahıs şirketlerinden ayrılan en önemli özelliği ise, genel olarak şirkete ortak olan pay sahiplerinin sorumluluğunun koydukları sermaye ile sınırlı olmasıdır. Sermaye şirketleri de kendi içinde üç farklı şekilde ortaya çıkabilmektedir.

1.Anonim Şirket: En az beş kişi tarafından sermayesi paylara bölünmüş şekilde kurulan ve ortakların şirketin borçlarından dolayı sadece koydukları sermaye kadar sorumlu oldukları şirket türüdür.

2.Limited Şirket: En az iki en çok elli gerçek ya da tüzel kişi tarafından belirli bir ticaret unvanı altında kurulan ve ortaklarının sorumluluğunun koydukları sermaye kadar olduğu esas sermayesi belirli olan şirketlerdir.

3.Sermayesi Paylara Bölünmüş Komandit Şirket: Bu şirket modeli, anonim şirket ile kolektif şirketin özelliklerini bir arada sunan bir modeldir. Anonim şirkette olduğu gibi burada da sermaye paylara bölünmüştür.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

Kooperatifler: Kooperatifler kanunda belirtildiği şekliyle tüzel kişiliği bulunan, ortaklarının belirli ekonomik çıkarlarını, özellikle de meslek ve geçimlerine ilişkin ihtiyatlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet aracılığı ile sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve kamu tüzel kişileri ile özel idareler, belediyeler, köyler ve dernekler tarafından kurulan değişik ortaklı ve değişik sermayeli kuruluşlardır. En az yedi ortak tarafından kurulabilen kooperatiflerde her ortak genel kurul üyesidir.

Dernek ve Vakıf İşletmeleri: Dernek ve vakıflar kazanç paylaşırma dışında kurulan kişi ve mal toplulukları olduklarından kural olarak bunların işletme kurup kazanç amaçlı olarak işletmeleri yasaktır. Ancak Medeni Kanun, derneklere temel amaçlarına ulaşmak için iktisadi amaçlı işletme oluşturma izni vermektedir.

BÜYÜKLÜKLERİNE GÖRE İŞLETMELER

İşletmeleri büyüklük kriterini temel alarak sınıflandırmada farklı bakış açıları ve ölçütler mevcuttur. Bu ölçütleri nicelik (miktar) ve nitelik belirten ölçütler şeklinde iki ayrı bölümde toplamak mümkündür.

Nicelik belirten ölçütler, işletmenin çalıştırdığı personel sayısı, işletmenin kuruluş alanı ve tesis sayısı, belirli bir dönemdeki satış toplamı, sermaye miktarı, kullanılan makine ve araç gereç miktarı, tüketilen ham madde ve yardımcı madde miktarı ve bir dönemde ödenen ücret ve aylık toplamı gibi somut ölçütlerdir.

Nitelik belirten ölçütler, ise uygulanan yönetim tarzı, hukuki yapısı, iş bölümü ve uzmanlaşma derecesi, teknolojinin kullanım düzeyi gibi soyut ya da niteleyici ölçütlerdir.

Cüce İşletmeler: Tek bir çalışanı tam gün çalıştıramayacak kadar dar bir iş hacmine sahip ya da o ölçüde küçük işletmelerdir.

Küçük İşletmeler: Çalışan sayısı 1–49 arası olan işletmelere çok küçük işletmeler, 50–99 arası olan işletmelere ise küçük işletmeler denmektedir. Bu tür işletmeler sınırlı sermaye ile kolaylıkla kurulabildiklerinden sabit sermaye yatırımları azdır ve bu da bu işletmelerin teknolojik değişim ve yeniliklerden olumsuz etkilenmelerine engel olur.

Orta Büyüklükteki İşletmeler: Çalışan sayısı ölçütü açısından orta büyüklükteki işletmeleri, 100–499 arası çalışana sahip işletme olarak tanımlamak mümkündür. Bu tür işletmeler hukuki açıdan genellikle limitet şirket olarak ve aile işletmesi biçiminde ortaya çıkan işletmelerdir.

Büyük İşletmeler: Çalışan sayısı 500–1999 arasında olan işletmeler büyük işletme olarak kabul edilmektedir. Hukuki şekil olarak da genellikle bu işletmelerin anonim şirket olarak kuruldukları gözlenmektedir.

Dev İşletmeler: Çalışan sayısı 2000’den fazla olan işletmelere dev işletme adı verilir. Çalışan sayısı yanında bu işletmelerin üretim miktarlarının ve pazar payları büyüklüğü, rekabet üstünlüklerinin fazlalığı, küresel arenada faaliyet bulunmaları gibi özellikler bu işletmelere dev yakıştırması yapılmasının temel sebepleridir.

KULLANDIKLARI ÜRETİM TEKNOLOJİSİNE GÖRE İŞLETMELER

Emek Yoğun İşletmeler: Üretim biçimi ağırlıklı olarak emek faktörüne dayalı olan işletmeler, emek yoğun işletmelerdir. Emek yoğun işletmelerde üretimdeki değer büyük ölçüde emek faktöründen kaynaklanmakta, mal ve hizmetlere ilişkin toplam maliyetler içerisinde işçilik maliyetleri büyük olmaktadır.

Sermaye Yoğun İşletmeler: Bu işletmeler ağırlıklı olarak tesis ve donanım (araç-gereç) faktörlerine dayalı olarak faaliyet gösterir ve toplam maliyetler içerisinde bu unsurların oranı yüksektir. Toplam varlıkları içerisinde sabit varlıkların önemli yer tuttuğu sermaye yoğun işletmeler daha çok petrol, tütün, kimya ve metalürji gibi alanlarda görülmektedir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Üretilmiş malların toptancılığını, yarı toptancılığını ve perakendeciliğini yapan işletmeler aşağıdakilerden hangisidir?
a) Sanayi ya da endüstri işletmeleri b) Ticaret işletmeleri c) Hizmet işletmeleri
d) Özel işletmeler e) Kamu işletmeleri
2. Aşağıdakilerden hangisi hukuki yapı ölçütüne göre yapılan sınıflamada ortaya çıkan işletme türlerinden biri değildir?
a) Tek kişi işletmeleri b) Şirketler c) Kamu işletmeleri d) Kooperatifler e) Dernek ve vakıf işletmeleri
3. Bazı ortakları sınırsız bir şekilde sorumlu olurken, diğer bazı ortaklarının ise yalnızca koydukları sermaye kadar sorumlu olduğu şirket türü aşağıdakilerden hangisidir?
a) Anonim Şirket b) Limited Şirket c) Kooperatifler d) Dernek ve vakıf işletmeleri e) Komandit Şirket
4. Aşağıdakilerden hangisi işletmeleri büyüklük açısından sınıflandırmada kullanılan niteliksel ölçütlerden biri değildir?
a) Çalışan sayısı b) Uygulanan yönetim tarzı c) Hukuki yapısı
d) İş bölümü ve uzmanlaşma derecesi e) Teknolojinin kullanım düzeyi
5. Ağırlıklı olarak tesis ve donanım (araç-gereç) faktörlerine dayalı olarak faaliyet gösteren işletmeler aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?
a) Teknolojik işletmeler b) Büyük işletmeler c) Emek yoğun işletmeler
d) Sermaye yoğun işletmeler e) Sermaye şirketleri
6. Üretim sürecinde kullanılan her türlü hammadde ve malzemeyi işleyerek bunlarda fiziki nitelik, şekil ve kimyasal özellik yönünden değişiklik meydana getirerek yeni ve farklı bir ürün ortaya çıkaran işletmeler aşağıdakilerden hangisidir?
a) Sanayi ya da endüstri işletmeleri
b) Ticaret işletmeleri
c) Hizmet işletmeleri
d) Özel işletmeler
e) Kamu işletmeleri
7. İşletmelerin tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için sağladıkları taşınamayan, dokunulamayan, biriktirilemeyen, bir başka anlatımla somut olmayan araç ya da varlıklar aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?
a) Sanayi malı b) Tüketim malı c) Ticari mal d) Hizmet e) Sermaye
8. Milli Piyango İdaresi, Spor Toto ve Loto Teşkilatı ve Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü aşağıdaki işletme türlerinden hangisine örnek olarak verilebilir?
a) Sosyal güvenlik kuruluşları
b) Döner sermayeli işletmeler
c) Özel bütçeli devlet işletmeleri
d) Kooperatifler
e) Dernek ve vakıf işletmeleri
9. Aşağıdakilerden hangisi bir sermaye şirkettir?
a) Komandit Şirket b) Kollektif Şirket c) Anonim Şirket d) Kooperatifler e) Adi Şirket
10. Çalışan sayısı 1-100 arasında olan işletmeler hangi sınıfa girmektedir?
a) Cüce işletmeler
b) Küçük işletmeler
c) Orta büyüklükteki işletmeler
d) Büyük işletmeler
e) Dev işletmeler

1.B, 2.C, 3.C, 3.E, 4.A, 5.D, 6.A, 7.D, 8.C, 9.C, 10.B

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:4 İŞLETMELERİN KURULUŞU

İŞLETME KURMA NEDENLERİ

1.Kâr ve Kazanç Sağlama: İnsan ihtiyaçlarının önemli bir bölümünün maddi araçlarla temin edilmesi ve bu noktada kaynak kıtlığının bu araçlara herkesin ulaşmasını engellemesi, yüksek kazanç sağlamayı en önemli işletmecilik nedenlerinden biri haline getirmektedir. Yüksek kazanç elde eden bireyler, yaşam standartlarını yükseltebilmekte ve daha iyi şartlarla bir yaşamı olası hale getirebilmektedirler. İşletmenin kârının doğrudan girişimciye ait olması işletmeciliği yüksek kazanç elde etmede önemli bir araç haline getirmektedir.

2.Kendi İşinin Sahibi Olmak: Kendi işinin sahibi ya da patronu olma isteği pek çok kişi açısından işletme kurmanın önemli nedenlerinden biridir. Bu noktada toplumsal kültür içerisinde sorun çözme, bireysellik, yenilik yapma ve benzeri eğilimlerin değer verilen bakış açılarını ortaya koyması durumunda da kendi işinin sahibi olmak şeklindeki yönelimde artış gözlenmektedir.

3.Sosyal Saygı Kazanma: Bu noktada yeni bir işletme kurma olgusu, kişilerin toplumsal yaşam içerisindeki statü konumlarını artırıcı bir etki ortaya koyarak başkalarının kişiye verdiği değeri ve duyduğu saygıyı artırabilmektedir.

4.Kendini İspatlamak: Bireyler, belirli girişimsel düşünceleri uygulamaya geçirmek suretiyle kendilerini ispat etmeye çalışabilirler.

5.Miras: Miras ve benzeri nedenlerle elde edilen birikim ya da kazançlar da işletme kurma nedeni olarak belirtilebilir.

6.Başka Fırsatların Olmaması: Belirli bir sermayeye sahip olan insanlar bu sermaye ya da birikimi en iyi şekilde değerlendirme düşüncesiyle işletme kurma fikrine sıcak bakabilirler.

İŞLETMENİN KURULUŞ AŞAMALARI

Yatırım Düşüncesi: İşletme kurmanın ilk aşaması bu yöndeki bir yatırım düşüncesinin girişimcinin zihninde doğup gelişmesidir. Girişimci, genel ekonomik durum ve koşullar, rekabet durumu ve pazar koşulları gibi içinde bulunduğu çevresel koşulları da dikkate alarak bir yatırım düşüncesi geliştirecek ve daha sonra da bu fikirleri ön araştırma yapma yönünde somut hale getirecektir.

Ön Çalışmalar: Yatırım düşüncesinin geliştirilmesinden sonraki aşama bu düşüncenin uygulanabilir özellikte olup olmadığının ortaya konmasıdır.

Ekonomik araştırma: İşletme kuruluşundan önce yapılması gereken en önemli ön çalışma alanlarından biri ekonomik araştırmadır. Burada işletme kurmanın ekonomik açıdan ne ölçüde doğru bir karar olduğu sorusuna cevap aranır.

Teknik araştırma: İşletmenin faaliyet konusu mal ya da hizmetleri üretebilmesi için gerekli araç-gereç, makine ve teçhizatın seçimi ve yerleştirilmesine ilişkin çabalar teknik araştırma başlığı altında toplanmaktadır. Bir noktada bu çalışmalarla işletmenin ne çeşit bir teknoloji kullanmasının gerekli ve uygun olduğu sorusuna cevap bulmak amaçlanmaktadır.

Finansal araştırma: Finansal araştırma konulu çalışmalar işletmenin faaliyette bulunabilmesi için gerekli mali kaynakların ya da işletme sermayesinin tespiti, gelir- gider ve maliyet tahminleri gibi başlıklar üzerinde odaklanmaktadır.

Yasal araştırma: İşletme kuruluşundan önce incelenmesi gereken bir başka konu da söz konusu işletme faaliyetine başlayabilmek için gerekli yasal şart ve gerekliliklerin tespittir. Burada başlıca amaçlar, işletme türünü belirlemek ve işletmenin kuruluşu için yasal açıdan yapılması gerekenleri ortaya çıkarmaktır.

Ön Proje Aşaması: Yatırım düşüncesine ilişkin olarak gerçekleştirilen ön araştırmalar bir bütünlük içerisinde bir araya getirilerek ön projeye dönüştürülür. Bu ön proje, yatırım düşüncesinin somut açılardan uygulanır olup olmadığının değerlendirilmesinde kaynak teşkil etmektedir. Sonraki aşamalarda yatırım kararının uygulanmasına ya da uygulanmamasına karar verilirken büyük ölçüde hazırlanan ön proje temel alınacaktır.

Değerlendirme ve Yatırım Kararı: Bu aşamada yatırım fikrine ilişkin olarak gerçekleştirilen ön çalışmaların toplandığı uygulanabilirlik raporu değerlendirilecek ve karar verilecektir. Bu noktada elbette ki en önemli ölçüt, yatırımın girişimci açısından tatmin edici bir kâr ortaya koyup koyamayacağıdır.

Kesin Proje: Yatırım kararına yönelik olarak verilecek olumlu kararlar birlikte ön projenin daha somut ve ayrıntılı bir şekilde düzenlenerek kesin projeye dönüştürülmesi gerekliliği ortaya çıkacaktır.

Projenin Uygulanması: Bu aşamaya gelinmesi ile artık yatırım gerçekleşme noktasındadır. Bir başka ifade ile artık projenin hayata geçebilmesi için gerekli işlemler başlatılmakta, siparişler verilmekte ve fiziksel yatırımlar uygulamaya geçirilmektedir.

Faaliyete Başlama: İşletme faaliyete tam olarak başlamadan önce bir deneme dönemi söz konusudur. Bu aşamada faaliyetin planlanan şekilde gerçekleşip gerçekleşmeyeceği test edilmekte ayrıca üretim konusu olan mal ya da hizmetlerin nitelik ve niceliğinin beklentileri karşılayıp karşılamadığı anlaşılmaktadır.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

KURULUŞ YERİ KAVRAMI

Kuruluş yeri işletmenin faaliyetlerini gerçekleştireceği yerdir. Bir başka deyişle işletmenin kuruluş yeri, faaliyetlerini gerçekleştirmesine olanak tanıyan tesislerin olduğu yer olmaktadır. İşletmenin başarısı öncelikle kuruluş yeri seçimindeki dikkatli ve titiz çabaya bağlıdır. Bu anlamda faaliyet alanı ve türü ne olursa olsun her işletme kuruluş yerini seçerken isabetli ve doğru karar verme mücadelesi ile karşı karşıyadır. Kuruluş yeri seçiminde en önemli konu, bu seçimin ekonomik amaçlara uygun bir yer olmasıdır. Başka bir anlatımla işletmenin üretim maliyetlerinin en az olduğu yer ekonomik amaçlara en uygun yerdir.

KURULUŞ YERİ FAKTÖRLERİ

Hammadde: Hammadde, işletmenin nihai ürününü oluşturmakta kullanılan işlenmemiş ya da yarı işlenmiş gider kalemleridir. Bir başka ifade ile hammadde, endüstride bir ürün ya da hizmetin elde edilmesinde kullanılan gerekli bileşenlerin elde edilip işlenmeden önceki durumudur.

Bu doğrultuda hammadde olarak ifade edilen bu girdilerin temininde en avantajlı olan yer, kuruluş yeri seçiminde etkili bir faktör olmaktadır.

Pazar: Pazar, satın alma gücü ve istekliliği ile bu kararı verme gücü ya da otoritesine sahip tüketicileri kapsayan bir kavramdır. Pazar, tüketicilerin belirli bir ihtiyacı karşılamak amacıyla satın almak istedikleri bir mal ya da hizmetin oluştuğu alanı anlatır.

Emek: Emek faktörü her işletme açısından gerekli bir unsurdur. Tam anlamıyla mekanize ya da teknoloji yoğunluklu bir işletmede bile emek unsurunun yerini makinelerin tamamen alması diye bir şey söz konusu olamaz. Bu nedenle, işletmenin faaliyet konusu paralelinde bilgi, beceri ve yeteneğe sahip bireylerin daha çok bulunduğu yerler, kuruluş yeri belirlenirken dikkate alınan birer etken olmaktadır. İş gücü maliyetlerini düşürmek için işletmeler, iş gücünün bol ve ucuz olduğu yerlerde kuruluş yerlerini belirlemeye çalışmaktadır.

Ulaştırma: İşletme bir yandan ürün ya da hizmeti oluşturma sürecinde kullanacağı girdileri çevreden temin etme durumundayken diğer taraftan bu girdileri belirli bir çıktıya dönüştürdükten sonra onu müşterilerine ulaştırmak zorundadır. Bu nedenle ulaştırma sürecin her aşamasında işletmecilik açısından son derece önemli bir faktördür.

Enerji: İşletmeler kuruluş yerini belirlerken bölgedeki enerji imkânlarını dikkate almak durumundadır. Bu noktada özellikle kömür, elektrik ve su, önemli enerji kaynakları olarak işletmelerin en çok ihtiyaç duydukları kalemlerin başında gelmektedir.

Diğer Faktörler: İşletmeler kuruluş yerini belirlerken yukarıda sıraladığımız faktörlerin yanı sıra doğa koşulları, çevre kirliliği, devlet düzenlemeleri (vergi ve teşvikler) gibi faktörleri de dikkate almak zorundadır.

EN UYGUN KURULUŞ YERİNİN BELİRLENMESİ

İşletmeler yukarıda ifade ettiğimiz faktörleri dikkate alarak kuruluş yerini belirleme noktasında en uygun kararı vermeye çalışırlar. En uygun noktada kuruluş yerinin belirlenmesi, işletmelerin amaçlarına tatmin edici bir şekilde ulaşmasını sağlayıcı en önemli adımlardan biri olacaktır. İşletmeler verimlilik ilkesi gereği, aynı miktar kaynakla daha çok üretmek ya da aynı girdiyle daha çok çıktı elde etmek isterler. Bu ilkedен hareketle işletmeler için en uygun kuruluş yeri, en az kaynakla en fazla çıktıyı üretmeyi sağlayan yer olmaktadır.

Ekonomiklik ise aslında verimliliğin parasal değerlerle ifade edilmesidir. Ekonomiklik, üretimden elde edilen gelir ile üretim sırasında yapılan maliyet giderleri arasındaki orandır. Bu doğrultuda işletmeler, maliyet giderlerinin düşük ve bu maliyet giderleri ile üretilen mal veya hizmetin satış fiyatının yüksek olmasını kolaylaştıracak bir kuruluş yeri tespit etme amacındadırlar.

En uygun kuruluş yerinin tespitine yol gösteren son akılcılık ilkesi ise kârlılıktır. Elde edilen kazancın bu kazancı sağlamak için kullanılan sermayeye oranı olarak tanımlanan kârlılık, belli bir sermaye ile çok kazanç elde edildiğinde yüksek olmaktadır. Bu nedenle, en uygun kuruluş yerinin belirlenmesinde işletmeler, diğer faktörlerle birlikte, elde edilen kazancın mümkün olduğunca yüksek olmasını sağlayan yeri, kuruluş yeri olarak seçmeye çalışmalıdır.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdaki işletme kurma nedenlerinden hangisi bireylerin diğerlerinin kendilerine yönelik olarak göstereceği ilgi, tanınma, kabul ve takdire duydukları ihtiyaca yönelik olarak ortaya çıkar?
a) Yüksek kâr ve kazanç sağlamak
b) Kendi işinin sahibi olmak
c) Sosyal amaçları gerçekleştirmek ya da bu anlamda saygı kazanmak
d) Başka imkânların yokluğu
e) Miras yolu ile işletmeye sahip olmak
2. İşletmenin faaliyet konusu mal ya da hizmetleri üretebilmesi için gerekli araç-gereç, makine ve teçhizatın seçimi ve yerleştirilmesine ilişkin çabalar hangi başlık altında toplanmaktadır?
a) Ekonomik araştırma b) Teknik araştırma c) Finansal araştırma d) Yasal araştırma e) Sosyal araştırma
3. Yatırım kararına yönelik olarak verilecek olumlu kararlar birlikte aşağıdakilerden hangisi daha somut ve ayrıntılı bir şekilde düzenlenerek ortaya çıkacaktır?
a) Yatırım düşüncesi b) Ön çalışmalar c) Ön proje d) Yatırım kararı e) Kesin proje
4. Satın alma gücü ve istekliliği ile bu kararı verme gücü ya da otoritesine sahip tüketicilerin oluşturduğu alan aşağıdakilerden hangisidir?
a) İşletme b) Pazar c) Ekonomi d) Toplum e) Endüstri
5. Elde edilen kazancın bu kazancı sağlamak için kullanılan sermayeye oranı olarak tanımlanan akılcılık ilkesi aşağıdakilerden hangisidir?
a) Verimlilik b) Prodüktivite c) Etkinlik d) Ekonomiklik e) Kârlılık
6. İşletme kurma nedenleri olarak ifade edilen aşağıdaki olgulardan hangisi işletme oluşturma'nın en temel sebebidir?
a) Yüksek kâr ve kazanç sağlamak
b) Kendi işinin sahibi olmak
c) Sosyal amaçları gerçekleştirmek ya da bu anlamda saygı kazanmak
d) Bir düşünceyi gerçekleştirerek kendini ispatlamak
e) Miras yolu ile işletmeye sahip olmak
7. Aşağıdakilerden hangisi yatırım düşüncesinin uygulanabilir nitelikte olup olmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan ön çalışmalardan biri değildir?
a) Ekonomik araştırma b) Teknik araştırma c) Finansal araştırma d) Yasal araştırma e) Sosyal araştırma
8. Aşağıdakilerden hangisi yatırım düşüncesinin somut açılardan uygulanır olup olmadığının değerlendirilmesinde kaynak teşkil etmektedir?
a) Yatırım düşüncesi b) Ön çalışmalar c) Ön proje d) Yatırım kararı e) Kesin proje
9. İşletmenin nihai ürününü oluşturmada kullanılan işlenmemiş ya da yarı işlenmiş gider kalemleri aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?
a) Hammadde b) Yardımcı madde c) Enerji d) Yakıt e) Emek
10. İşletmelerde üretimden elde edilen gelir ile üretim sırasında yapılan maliyet giderleri arasındaki parasal oran aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilmektedir?
a) Verimlilik b) Prodüktivite c) Etkinlik d) Ekonomiklik e) Kârlılık

1.C, 2.B,3.E, 4.B, 5.E, 6.A, 7.E, 8.C, 9.A,10.D

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:5 İŞLETMELERİN BÜYÜMESİ

İŞLETMELERİN BÜYÜMESİ

İşletmeler insanlar tarafından kurulur ve yönetilir. Sahipler ve yöneticiler işletmelerini büyütmek isterler. Yani büyüme insani bir dürtüdür; güç çağrıştırır ve insanın gücüne yönelen bir varlıktır. İşletmeler için büyüme temel bir amaçtır. İşletmelerin büyümesi ve gelişmesi aslında olağan bir süreçtir. Çevresel faktörler, tüketici beklentilerinin değişmesi ve rakip işletmelerin sayısının artması, yeni teknolojiler ve yöntemler işletmeleri büyütmeye zorlamaktadır. Büyüme, bir işletme için doğal bir durumdur. İşletmelerin büyümesi dinamik bir süreçtir. Dinamik işletme, sürekli ve dengeli büyüyen işletmeler için kullanılır. Bir işletme fiziksel, mali, inisiyatif veya yetenek olarak büyüme durumundadır. Sermaye ve kredi tedarik durumu da işletmelerin büyümelerini etkileyen faktörlerden biridir. İşletmeler ya oto finansman kullanarak iç büyüme veya birleşmeler yoluyla dış büyüme yolunu seçerler. İşletmeler şu nedenlerle büyüme isterler:

- Ham madde teminindeki kolaylık Birim maliyet daha düşüktür
- Teknik yenilikleri izleme kapasitesi yüksektir Satış olanaklarında üstünlüklere sahiptirler
- Nüfuz/etki yetenekleri yüksektir

İŞLETMELERİN BÜYÜME YÖNTEMLERİ

İç Büyüme: İşletmelerin kendi kaynaklarına bağlı olarak mevcut faaliyetlerin genişletilmesi şeklindeki büyümedir. Borçlanma, oto finansman, yeni sermaye bulma yoluyla gerçekleşir. İç büyümede işletmeler yeni finansman kaynaklarına ihtiyaç duyarlar. İç büyümede oto finansman önemli bir kaynaktır. Oto finansman; bir işletmenin kendi gücü ile sermaye yaratmasına denir. İşletmeler iç büyümelerini şu şekilde gerçekleştirirler:

- Ekonomik büyüme. İşletmeler, zamanla kuruluş sermayelerini arttırarak yeni finansal kaynaklarla mevcut üretim kapasitelerini arttırırlar ya da yeni mal üretimine giderek ekonomik olarak büyürler.
- Fiziksel büyüme. Ham madde, yardımcı madde, iş gücü gibi girdi miktarlarının artması yönünde gerçekleşir.
- Sosyal büyüme. İşletmenin marka değerinin ve itibarının artmasıdır. Toplumda olumlu bir işletme imajı onun sosyal olarak büyüdüğünü gösterir.
- Örgütsel büyüme. İşletmenin örgütsel yapısının, işletme büyüdükçe daha güçlenmesi demektir. Personel güçlendirme, yetki devri, elverişli bir örgütsel kültür, örgütsel büyüme araçlarıdır.

Yatay Büyüme: İşletmelerin aynı üretim alanında faaliyet kapsamını genişletmesidir. Yatay büyüme iki şekilde olabilir:

- Ürün farklılaştırması. Aynı ürünün biçim ve boyut değiştirilerek değişik özelliklerde piyasaya sürülmesidir. Bir otomobil firmasının farklı model otomobiller üretmesi, ürünün kalitesinin, ambalajının veya renginin değiştirilmesi örnek olarak verilebilir.
- Pazar farklılaştırması. İşletmenin ürünlerini farklı pazarlara sunması, farklı tüketici kitlesine ulaşması pazar farklılaştırma örneğidir. Pazar farklılaştırmasının temel amacı talep ve satışı arttırmak için yeni pazarlara yönelmektir.

Dikey Büyüme: Birbirini izleyen veya tamamlayan nitelikte mal üreten işletmelerin aralarında kurdukları çeşitli anlaşma ve birleşmelere dikey büyüme denir. Bir işletmenin kendine mal satan (tedarikçi) veya ürettiği malı satın alan bir başka (müşteri) işletmeyle birleşmesi dikey yönde büyümedir. Dikey büyüme ileri doğru dikey büyüme ve geriye doğru dikey büyüme olmak üzere iki şekilde gerçekleşir.

Geriye doğru dikey büyüme. İşletmenin daha önce tedarikçilerden sağladığı üretim girdilerini kendisinin üretmeye başlaması bir geriye doğru büyüme olduğu gibi, işletmeye ham madde, enerji veya ara mal veren başka bir işletme ile birleşmesi de geriye doğru büyümedir.

İleri doğru dikey büyüme. İşletmenin ürettiği malı satın alan işletme ile birleşmesi veya işletmenin ürettiği malların tüketicilere ulaşması için yeni dağıtım kanalları kurmasıdır.

Dış Büyüme: Dış büyüme, bir işletmenin başka bir işletmeyi satın alması veya işletmenin başka bir işletmeyle birleşmesi şeklinde olur. Dış büyüme iç büyümeye göre ani ve hızlı bir büyüme şeklidir. Dış büyümeler; yatay büyüme, dikey büyüme, çapraz büyüme ve dairesel büyüme şeklinde gerçekleşir.

Yatay büyüme. Aynı iş kolunda çalışan birden fazla işletmenin birleşmesiyle meydana gelen büyümeye şeklidir. Yatay birleşme genel olarak, işletmelerden birinin diğer işletmeyi satın alarak kendi mülkiyetine geçirmesi şeklinde olabilir.

Dikey büyüme. Dikey büyüme malların üretiminin ve dağıtımının farklı işletmeler tarafından yapılması durumunda meydana gelen bir dış büyüme şeklidir. Bu tür büyümede malların tedarikçisi farklı, üreticisi farklı ve pazarlamacısı farklı işletmelerdir.

Çapraz (Karma) Büyüme. Bir işletme farklı faaliyet kolundaki başka bir işletme ile birleşirse, çapraz büyüme gerçekleşmiş olur. Burada yatay ve dikey büyüme, bir iş genişletmesi şeklinde gerçekleşirken, çapraz büyüme iş zenginleştirilmesi şeklinde olur.

Dairesel büyüme. Dairesel büyüme genellikle faaliyette bulunulan alandaki diğer işletme faaliyetlerinin kontrolünü ele alan bir büyüme şeklidir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

İşletme Büyümeleri ve Birleşmeleri: İşletmelerin büyümelerinin diğer bir şekli işletme birleşmeleridir. İşletmeleri büyümeye iten neden öncelikle optimum büyüklüğe ulaşmaktır. İkinci neden rekabet ve kâr edebilmek, üçüncü neden ise varlıklarını sürdürebilmektir. İşletmelerin büyümeleri iki şekilde olabilir. Bunlar iç büyüme ve dış büyümedir.

İşletmelerin dış büyümeleri ise daha çok birleşme şeklinde olabilir. Bu ya başka bir işletmeyi satın almak veya işletmenin başka bir işletmeyle birleşmesi şeklinde olabilir. Konsorsiyum, kartel, konsern, tröst ve holding bu tarz büyüme örneğidir.

Dikey Birleşme: İşletmelerin pazarda rekabet gücünü artırmak, satın alma ve satış giderlerini azaltmak amacıyla yapılan birleşmedir. Dikey birleşme malların üretiminin ve dağıtımının farklı işletmeler tarafından yapılması durumunda meydana gelen birleşmedir. Dikey birleşme iki şekilde gerçekleştirilir:

Geriye doğru dikey birleşme Satın alınan işletmenin (tedarikçinin) çıktısı, satın alan işletmenin girdisini oluşturuyorsa, buna geriye doğru dikey birleşme denir.

İleriye doğru dikey birleşme. Dikey birleşme yapan işletmenin çıktısı, birleşilen işletmenin girdisini oluşturuyorsa buna ileriye doğru dikey birleşme denir. İleriye doğru dikey birleşmede, işletme kendi mallarını pazarlayan firma ile birleşmiş olur.

Yatay Birleşme: Birbirinin aynı malları üreten ve pazarlayan işletmelerin birleşmesidir. Yatay birleşme genel olarak, işletmelerden biri diğer işletmeyi satın alarak kendi mülkiyetine geçirmek suretiyle olur. Yatay birleşme, bir işletmenin, başka bir işletmenin kontrolünü ele geçirmesi şeklinde gerçekleşir.

Çapraz (Karma) Birleşme: Adından da anlaşılacağı üzere bir işletme farklı faaliyet kolundaki başka bir işletme ile birleşirse çapraz birleşme gerçekleşmiş olur. Yatay ve dikey birleşmede, bir iş genişletmesi şeklinde gerçekleşirken, çapraz birleşme iş zenginleştirmesi şeklinde olur.

İşletmelerin Birleşme Nedenleri: Birleşme aynı zamanda firmalar açısından bir büyüme aracı olduğu için firmaları büyümeye iten faktörler, birleşme için de geçerlidir. Birleşmede temel neden büyüme olmakla birlikte, büyüme gerçekleştirilirken başka amaçlara da ulaşılmaktadır.

İşletmelerin Hukuksal Birleşme Şekilleri: İşletmeler arası anlaşma aslında işletmelerin bir dış büyüme yöntemidir. İşletmeler bazen ne iç büyüme, ne de dış büyüme yolunu seçerler.

Ekonomik ve Hukuksal Bağımsızlığı Kaybettirmeyen Birleşmeler

Centilmenlik anlaşması: Centilmenlik anlaşması yaparak birbirlerinin menfaatlerini korurlar ve inisiyatiflerini genişletirler. Centilmenlik anlaşmalarına taraf olan işletmeler, karşılıklı söz vermeye dayanan, tarafların çıkarlarının karşılıklı olarak korunduğu ve tarafların veya bunlardan birinin anlaşmadan vazgeçmesi durumunda hiçbir müeyyidenin (yaptı-rımın) söz konusu olmadığı anlaşmadır.

Konsorsiyum: Konsorsiyumlar iki veya daha fazla işletme, sınırlı bir zamanda yapılması gereken ve büyük sermaye gerektiren faaliyetler için bir araya gelerek birleşmeleridir. Burada temel amaç, işletmelerin teknik, finans ve yönetim imkânlarını birleştirerek büyük projeleri gerçekleştirmektir.

Kartel: Karteller, aynı iş kolunda faaliyet gösteren iki veya daha fazla işletmenin, hukuksal ve ekonomik bağımsızlıklarını kaybetmeden gerçekleşen birleşmedir. Aynı malı üreten firmalardan oluşan karteğe *yatay kartel*, bir nihai malın üretimi için gerekli ara malları üreten firmalardan oluşan karteğe dikey kartel denir. Kartel oluşturma'nın temel amacı, işletmelerin ortak çıkarlarını korumaktır. Önemli kartel türleri şunlardır:

- Miktar kartelleri Fiyat kartelleri Pazarlama kartelleri Pazarlama bölgesi kartelleri
- Satın Alma Kartelleri Uluslararası Karteller

Holding: Bir veya daha çok işletmenin pay senetlerinin denetimine sahip olan şirkete holding denir. Başka bir tanımla holding; bir veya birden fazla şirketin hisselerini belirli bir miktarda elinde bulundurarak yönetimini denetleyen veya etkileyebilen şirkettir. Holdinglerde yavru şirketlerin hukuki ve ekonomik bağımsızlıkları korunsun bile, gerçekte yönetim ve denetim ana şirketin (holdingin) elindedir.

Ekonomik ve Hukuki Bağımsızlığı Kaybettiren Birleşmeler

Tröst: İki veya daha fazla işletmenin ekonomik çıkarları için, hukuksal ve ekonomik bağımsızlıklarını yitirerek, sermaye ve yönetimlerini birleştirmeleri şeklinde gerçekleşen birleşmedir. Tröstler kartellere benzeseler de aralarında bazı önemli farklılıklar vardır.

1.Kartellerde süreklilik söz konusu değilken tröstlerde süreklilik vardır.

2.Karteller aynı iş kolunda çalışan işletmelerin bir araya gelmesiyle oluşurken, tröstler aynı iş kolunda olabileceği gibi farklı iş kolundaki işletmelerin birleşmesiyle de oluşturulabilir.

3.Karteğe üye işletmeler hukuki ve ekonomik bağımsızlıklarını korurken, tröstü oluşturan işletmeler bağımsızlıklarını tümüyle yitirirler.

İşletmelerin dikey, yatay veya diğer şekillerde bir araya toplanması ve tek bir yönetim altında gruplaşmaları sonucunda tröstler ortaya çıkarlar ve aşağıdaki gibi farklı tröst türleri vardır:

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

Ünit tröstleri. Bu tröstler borsadan aldıkları hisse senetlerini ve tahvilleri verimlilik ve risk durumunda denge sağlayacak şekilde düzenleyip bu portföyü küçük hisselerle bölerler. Sonra bu küçük hisseler sahiplerine toptan veya perakende olarak satar. Bu parçaları satın alanlar, bunların gelirlerinden yararlanırlar. Ancak hissedar durumuna geçemezler. Diledikleri zaman hisselerini ünit tröste geri verirler.

Yatırım tröstleri. Bunlar, bir tasarruf ve finansman kuruluşudur. Bu tröstler sermaye yatırımını amaçlarlar. Tröst tarafından sermayedarlardan toplanan fonlar, ülke içinde veya ülke dışındaki çeşitli şirketlerin hisse senetlerine ve tahvillerine yatırılır.

Oy tröstleri. Bir teşebbüsün aynı iş kolunda veya farklı iş kollarında çalışan birçok işletmenin hisse senetlerini ele geçirmesidir. Yalnız burada hisse senetlerinin tröstü kuran ana işletme tarafından satın alınması söz konusu değildir.

Tam birleşme: Tam birleşmeler (İngilizce Merger, Fransızca Füzyon) genellikle büyük işletmelerin küçük işletmeleri satın almasıyla gerçekleşen birleşme türüdür. Uygulamada tam birleşme, küçük şirketlerin birleşerek, büyük şirketler hâline gelmesi şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Şirket evliliği olarak da adlandırılan tam birleşmelerde, işletmeler finansal ve teknolojik açıdan daha güçlü hale gelmek için hukuksal ve ekonomik bağımsızlıklarını ortadan kaldırarak birleşirler.

Hukuki Bağımsızlığı Koruyan, Ekonomik Bağımsızlığı Kaybettiren Birleşmeler

Konsern: Konsern bir işletmeler arası birleşme şeklidir. Bu tür birleşmede iki veya daha fazla işletme, finansal ya da teknik yönden daha güçlü olabilmek amacıyla hukuki bağımsızlıklarını kaybetmeden ekonomik bağımsızlıklarını kaybettikleri birleşme türüdür.

Korner: Kornerler, güç birliği ile sinerji oluşturmak amacıyla kurulur. Bunlarda hukuki bağımsızlık korunabilse bile, ekonomik bağımsızlığın kısmen veya tamamen kaybolur. Amaç finansal ve teknik yönden daha güçlü olmaktır.

İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ ÖLÇÜTLERİ

İşletme büyüklüğünü belirlemede çeşitli ölçütler kullanılır. Bunlar kantitatif veya kalitatif büyüklük ölçütleridir. Kantitatif (niceliksel) büyüklük ölçütleri sayısal verilere dayalı, somut ve pratik ölçülerdir. Bu ölçülerin tek başına işletme büyüklüğünü belirlemede yeterli olmadığı durumlarda; kalitatif (niteliksel) ölçülerden yararlanılır. İşletmelerin optimum büyüklüğünü belirlemede hangi ölçütün esas alınacağı, işletmenin faaliyet alanına göre değişir.

Sayısal olmayan (niteliksel) ölçüler ise daha çok örgütün üretim yeteneğini belirten ölçütlerdir. Niteliksel ölçütleri aşağıdaki gibi sayabiliriz:

Yönetim biçimi: Küçük işletmelerde yönetim işletme sahibindedir. Büyük işletmelerde ise işletme sahipleri ile yönetim kadrosu birbirinden ayrılmış, yönetim profesyonel yöneticiler tarafından yürütülen bir meslektir.

Sermaye koyanların sayısı: Küçük işletmelerde sermaye sahipleri bir kişi veya küçük bir gruptur (Adi şirket gibi). Büyük işletmelerde ise çok sayıda hissedar vardır (Anonim ve Limitet şirket gibi).

Pazar yapısı: Küçük işletmeler genellikle kendi bölge ve çevrelerine yönelik faaliyetlerini sürdürürler. Büyük işletmeler ise sadece belli bir bölgeye değil, bütün ülkeye hatta uluslararası pazara yönelik faaliyette bulunurlar.

Hukuki şekil: Bağımsız bir sınıflandırma ölçüsü olmamakla birlikte genellikle adi şirketler ticaret şirketlerinden, şahıs şirketleri sermaye şirketlerinden, limitet şirketler sermaye şirketi olan anonim şirketlerden daha küçüktürler.

İş kolundaki nispi (görelî) durum: İşletmelerin işkolundaki durumları görecelidir. Kendi alanlarındaki en büyük işletmelerle karşılaştıklarında büyük olan bir işletme, başka bir iş kolunda küçük kalabilir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Bir işletmenin mallarını satan ve dağıtan işletmeyi satın alması ne tür büyümedir?

- a) Geriye doğru dikey birleşme
- b) İleriye doğru dikey birleşme
- c) Geriye doğru yatay birleşme
- d) Yatay büyüme
- e) İleriye doğru dikey büyüme

2. İşletmeler kendi iç kaynakları yeterli olmadığı zaman, dış kaynaklardan yararlanma yoluna giderek büyüme gerçekleştirirse bu ne tür bir büyümedir?

- a) Dış büyüme
- b) Yatay büyüme
- c) Dikey büyüme
- d) İç büyüme
- e) Geriye doğru dikey birleşme

3. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin büyüme nedenlerinden biri değildir?

- a) Ham madde teminindeki kolaylık
- b) Birim maliyette düşüklük sağlama
- c) Çalışma tatminini artırmak
- d) Teknik yenilikleri izleme kapasitesi yüksektir
- e) Satış olanaklarında üstünlüklere sahiptirler

4. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin ileri doğru dikey büyüme nedenlerinden biri değildir?

- a) Üretilen mallar için dağıtım kanallarını genişletmek
- b) Pazarlama kanalı çok uzun ve yüksek fiyat artışına neden olması
- c) Dağıtım kanallarında gecikmeler
- d) İşletmenin ürettiği ürünlerin dağıtıcısı yoksa
- e) İstihdam olanaklarını artırmak

5. Aşağıdakilerden hangisi kartel türlerinden biri değildir?

- a) Miktar kartelleri
- b) Fiyat kartelleri
- c) Pazarlama kartelleri
- d) Pazarlama bölgesi kartelleri
- e) Maliyet karteli

1.E, 2.A, 3.C, 4.E, 5.E

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:6 İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASI

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASI

Avrupa’da özel korporatif kurumlar tarafından yürütülen sistematik sınır ötesi ticarî faaliyetler, Orta Çağla birlikte başlamıştır. Dev şirketlerin gelişiminde ikinci dönem, geçen yüzyıldaki sanayi devrimi ile başlamıştır. Sanayi devrimi, hızla sanayileşen ülkelerin ham madde ihtiyaçlarını süratle karşılanması sorununu doğurmuştur.

Uluslararası işletmeler, farklı ülkelerde faaliyetlerini sürdüren küresel ağlar içinde faaliyette bulunan işletmelerdir. Uluslararası işletmelerin uluslararası faaliyetlerinde mübadele ettikleri şey, nihai mallardan ziyade problem teşhis hizmetleri (pazarlama, reklamcılık, müşteri danışmanlığı) ve aracılık hizmetleridir.

Uluslararasılaşma, bir işletmenin ulusal sınırları aşacak şekilde işletmecilik faaliyetinde bulunmasıdır. Uluslararasılaşma kavramı, işletmelerin faaliyetlerini ulusal sınırlarının dışına taşıracak şekilde yapmaya başlamasıdır.

ULUSLARARASILAŞMANIN NEDENLERİ

İşletmelerin temel kuruluş nedeni; kâr elde etmek, varlıklarını devam ettirmek, istihdama katkıda bulunmak olduğuna göre, bunlardan özellikle kâr sağlamak ve varlığını devam ettirme amacına uluslararası piyasanın daha uygun olması, işletmeleri uluslararasılaşmaya itmektedir.

İşletmelerin uluslararasılaşmasını temel nedeni, kâr maksimizasyonu ve diğer nedenleri yukarıda saydığımız faktörlerdir. İşletmeleri yabancı pazarlara iten ana sebep, iç ekonomik tıkanıklıktan kurtularak çok uluslu olmak ve istikrarlı bir biçimde kâr sağlamaktır. İşletmeleri uluslararasılaşmaya iten iktisadi nedenler kısaca aşağıdaki gibi açıklanabilir.

Köken Ülkenin İtici Faktörleri:

- İç piyasa koşullarının yetersizliği
- Üretilen malın uluslararası niteliğinin olması
- Mevcut pazarları koruma endişesi
- Ücret ve vergilerin yüksek; sosyal hakların gelişmiş olması

Ev Sahibi Ülkenin Çekici Faktörleri

- Geniş bir pazara sahip olması
- Kamu otoritelerince sağlanan kolaylıklar
- Himayeci tedbirleri
- Yasal düzenlemeler
- İşgücünün ucuz olması
- Elverişli rekabet koşulları

Çevresel Nedenler

- Ekonomik entegrasyonların etkisi
- Siyasî faktörler

ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİ

Bu konuda bilinen en yaygın ve en kolay yöntem, işletmenin dış satışlarının genel satışlar içindeki payının bulunması yöntemidir. Buna göre, dış satışların genel satışlar içindeki payı ne kadar yüksek ise işletme o ölçüde uluslararasılaşmış bir işletmedir. Uluslararasılaşma sürecinin başında olan işletmeler önce diğer yöntemlere göre daha risksiz bir yöntem olan ihracat ve ithalatı tercih ederken; ilerleyen dönemlerde çok uluslu olurken ortaklık kurma ve direkt yabancı yatırım gibi yöntemleri tercih etmektedirler. İşletmeler Uluslararasılaşma sürecinde birçok faktörü dikkat alırlar. Bu faktörlerden biri, işletmenin uluslararası nitelik kazandıkça sattığı ürünün özelliklerinde ne gibi değişiklikler yapması gerekeceği ile ilgilidir. İşletmeler uluslararasılaşmaya farklı aşamalarla gerçekleştirirler. Bunlar işletmenin amacı, faaliyet konusu, büyüklüğü gibi faktörler bakımından farklılaşsa da genellikle şu aşamalardan oluşmaktadır:

- İç pazarlama aşaması
 - İhracat öncesi aşama
 - Deneysel katılım aşaması
 - Aktif katılım aşaması
 - Güçlü katılım aşaması
- İşletmelerin Uluslararasılaşma sürecini açıklayan farklı teori ve modeller geliştirilmiştir. Bu modellerden en önemlileri Uppsala Modeli ve Uluslararasılaşma Ağ (Örgütlenme) Modelidir. Bu modeller aşağıda kısaca açıklanmıştır:

Uppsala Modeli: Johanson ve Wiedersheim-Paul tarafından geliştirilen Uppsala Modeli’nde uluslararası pazara girişte dört farklı pozisyon ileri sürülmüştür. Bu aşamalar şöyledir:

1. Asama: İhracat faaliyeti ya da düzensiz olduğu aşama
2. Asama: Bağımsız temsilciler (aracılar) yoluyla ihracat aşaması
3. Asama: Yurt dışı satış temsilciliğinin (şubesinin) kurulması aşaması
4. Asama: Yurt dışı üretim ya da imalat birimlerinin kurulması aşaması

Bu modele göre işletmeler, fiziksel olarak yakın oldukları pazarlara daha başarıyla girerler. Dil, kültür, politik sistem, eğitim seviyesi, ekonomik gelişmişlik düzeyi gibi faktörler bakımından benzer olan ülkelerde faaliyette bulunmak işletmeler için daha çekici faktörlerdir.

Yenilik modeli: Yeniliğe dayalı uluslararasılaşma modeli (Innovation Model). İşletmenin Uluslararasılaşma sürecinde her adımı aslında bir yenilik sayılır. *Birtakım farklılık olmakla birlikte, bu modellerde ortak bazı yönler vardır.* Tüm modellerde başlangıçta ihracatı düşünmeyen işletmeler daha sonra birtakım itici veya çekici faktörlerin etkisiyle ihracata yönelmeye başlarlar. Yenilik Modeli’nde genellikle, ihracatın toplam satışlara oranı kullanılmıştır. Bu oran aynı zamanda firmanın ihracata katılım derecesi ile son aşamada ihracatın dışındaki pazara giriş yöntemlerini kullanır.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

Uluslararasılaşma Ağ (Örgütlenme) Modeli: Bu model, işletmelerin kurulan uzun dönemli ilişkiler sonucunda, uluslararası pazarlarda kendi olanaklarının yanında, işbirliği yaptığı veya ortaklık kurduğu diğer işletmenin olanaklarını kullanmasını ön görür.

ULUSLARARASI LAŞMA STRATEJİLERİ

Bugünkü iletişim ortamında, dünya pazarlarının globalleşmesi kaçınılmazdır. Gittikçe daha fazla firma, faaliyetlerini kendi ülke sınırları dışında sürdürmekte ve özellikle son yirmi yılda, küresel iş ve ticaret dünyasında köklü değişiklikler olmaktadır. Her şeyden önce pazar güvencesi, firmalara, hem iç hem de dış rakipleriyle daha etkin rekabet imkânı sağlamaktadır. Dolayısıyla firmalar, uluslararası faaliyetlerinde sürprizlerle karşılaşmamaktadır. İşletmelerin uluslararası alanda yatırım ve ihracat faaliyetlerinde önemli farklılıklar yaşanmaktadır. Önceleri yatırım, ticaretin ardından giderdi; Şimdi, yatırımcılar kendi ülkelerinde üretip ihraç etmek yerine, üretim tesislerini küresel boyuta ulaşan pazarın herhangi bir yerine kuruyorlar. İşletmelerin uluslararası pazarlara girmeleri için önlerinde diğer seçenekler de vardır ve bunlar genelde ihracat aşamasından sonra gelen ileri ticaret teknikleridir. Burada şirket ürettiği malların uluslararası pazarlarda pazarlanması dışında ürettiği hizmetleri de pazarlama imkânına sahip olacaktır.

Dış Satım (İhracat): İhracat aşaması genellikle bir işletmenin dış piyasalara girmelerinin ilk adımı olarak kabul edilmektedir. İşletmelerin sınır ötesi faaliyetlerde bulunmaya başlaması için başlıca iki sebep bulunmaktadır: Birincisi, yerel kaynaklardan daha ucuz maliyetle girdi elde etmek; ikincisi, yerel faaliyetlerle üretilen ürünleri daha uygun şartlarda dış piyasada değerlendirmektir. İhracat yoluyla dolaylı veya dolaysız olarak ihracat yaparak işletmeler dış piyasaya ilk adımlarını atmaktadırlar. Dış satım iki yolla yapılır:

- Bağımsız uluslararası pazarlama araclarıyla dolaylı dış satım şeklinde
- İşletmenin kendi kurduğu örgütler aracılığıyla doğrudan dış satım şeklinde

Hisse Senedi Yatırımları: Hisse senedi yatırımları yönetim uygulaması gerektirmeyen, uluslararası bir yatırım biçimidir. Hukukî engellerin olmadığı veya görece olarak daha az olduğu ülkelerde, bir işletmenin, diğer bir ülkedeki işletmenin hisse senetlerinden satın almasıdır. Faaliyetin amacı, işletmenin elinde bulunan ve kendi ülkesinde de yatırıma dönüştürmedikleri sermaye fazlasını, kendi belirledikleri ve politik riski olmayan ülkelere, yüksek kâr getirecek yerlere yatırarak sermaye kârını artırmaktır.

Lisans ve teknik anlaşmalar: Lisans anlaşmaları, bir işletmenin sahibi olduğu patent, ticarî sırlar, ticarî marka, teknoloji, teknik bilgi (know-how) firma ismi veya pazarlama teknikleri gibi maddî olmayan varlıklarını, bir anlaşma dâhilinde ve bir ücret karşılığında, başka bir ülkede faaliyette bulunan bir işletmeye, kullanma izin vermesidir.

Doğrudan Dış Yatırımlar: Doğrudan dış yatırımlar (foreign direct investment FDI), son on yıl boyunca, dünya ekonomi tarihinde çok önemli bir yere sahiptir. Doğrudan dış yatırımlar, dünyanın toplam sabit sermaye biçimindeki yatırımlarının %80'ini oluşturmaktadır.

Ortak Girişim (Joint Venture): Dış pazarlara açılmak isteyen işletmelerin izledikleri ikinci grup giriş stratejileri, üretim ve pazarlama tesisi kurmak için yerel işletmelerle ortaklaşa hareket etmektir.

Ortak girişimin ihracattan en önemli farkı, yurt dışında bir miktar üretim yapacak ortaklık kurulmasıdır. Bunun doğrudan yatırımdan farkı ise o ülkeden bir yatırımcı ile ortaklık kurulmasıdır. Ortak girişim aşağıdaki yöntemlerle yapılır:

- Sözleşmeli üretim Yönetim hizmetleri sözleşmesi Doğrudan Satış ve Pazarlama
- Dışarıda Ortak Üretim Dışarıda Doğrudan Üretim

Franchising: Franchise; belirli bir bölgede bir firmanın ürününü veya hizmetini satmak için verilmiş olan resmî izin olarak tanımlanmaktadır. Franchising ise, ürün veya hizmetlerin üreticiden tüketiciye en etkin biçimde ulaşımını sağlayan bir dağıtım sistemidir. Franchising, ana işletmenin kullanım haklarını, belli ayrıcalıkları belli bir zaman dilimi için bir başka işletmeye vermesidir.

Şurasını belirtmek gerekir ki, franchising bir işletme türü olmadığı gibi, hukuksal anlamda bir örgütlenme biçimi de değildir. Belirli bir faaliyette kullanmak için hakların franchise edilerek bir işi yapmaktır.

Stratejik İttifaklar (Stratejik Ortaklıklar): Stratejik ittifak, küresel işletmelerin; bazen sermaye piyasalarındaki hisselerini toplamak, bazen ülke içinde, bazen sınır ötesindeki firmalarla stratejik ortaklıklar kurarak, bazen de, rakip gördükleri firmayı blok olarak satın alarak rakiplerini piyasadaki silme yoluna gitmeleridir.

Konsorsiyum: Konsorsiyumlar iki veya daha fazla işletmenin, sınırlı bir zamanda yapılması gereken ve büyük sermaye gerektiren faaliyetler için bir araya gelerek birleşmesidir. Burada temel amaç, işletmelerin teknik, finans ve yönetim imkânlarını birleştirerek büyük projeleri gerçekleştirmesidir.

Doğrudan Yatırım (Yabancı Sermaye): Doğrudan Yatırımcı (Direct Investor), yabancı doğrudan yatırımcı veya yatırımcıların ikamet ettikleri ülke veya ülkelerin dışındaki bir ülkede doğrudan yatırım faaliyetinde bulunmasıdır. Burada Ev Sahibi Ülke (Host Country), yabancı yatırımın geldiği veya yapıldığı ülkedir; Menşe Ülke (Home Country) ise yabancı yatırımı yapan veya çıkışın olduğu ülkedir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası pazara girişte geliştirilen dört aşamalı Uppsala Modeli'nin yöntemlerinden biri değildir?
 - a) İhracat faaliyeti yok ya da düzensiz olduğu aşaması
 - b) Bağımsız temsilciler yoluyla ihracat aşaması
 - c) Ortak firmalarla ihracat aşaması
 - d) Yurt dışı satış temsilciliğinin (şubesinin) kurulması aşaması
 - e) Yurt dışı üretim ya da imalat birimlerinin kurulması aşaması
2. Aşağıdakilerden hangisi stratejik ittifakların oluşmasının nedenlerinden biri değildir?
 - a) Müşteri ihtiyaçlarının ve tercihlerinin benzeşmesi,
 - b) Küresel üretimde ölçek ekonomisinden yararlanmak,
 - c) Uluslararası ticaret engellerinin azaltılması,
 - d) Bölgesel birleşmelerden yararlanmak
 - e) Üretim yeri seçimi ve ürün dolaşımının kolaylaştırılması,
3. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin uluslararasılaşmasının nedenlerinden biri değildir?
 - a) İç rekabetin baskısından kurtulma arzusu
 - b) Yerel pazarın doyması ile yabancı niş pazarlara açılma isteği
 - c) Ölçek ekonomilerden yararlanarak maliyetleri düşürme
 - d) Dış piyasada kullanılabilecek kapasitenin olması
 - e) Nitelikli personelden yararlanma arzusu
4. Aşağıdakilerden hangisi ev sahibi ülkenin çekici faktörlerinden biri değildir?
 - a) Ev sahibi ülkenin geniş bir pazara sahip olması.
 - b) Ev sahibi ülkenin himayeci tedbirleri.
 - c) Ev sahibi ülkede işgücünün ucuz olması.
 - d) Ev sahibi ülkede üretim maliyetinin yüksek olması
 - e) Kamu otoritelerince sağlanan kolaylıklar.
5. Aşağıdakilerden hangisi ortak girişim yöntemlerinden biri değildir?
 - a) Sözleşmeli üretim.
 - b) Maliyet paylaşımı
 - c) Doğrudan Satış ve Pazarlama.
 - d) Dışarıda Ortak Üretim.
 - e) Dışarıda Doğrudan Üretim

1.C, 2.D, 3.E, 4.D, 5-B

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

ÜNİTE:7 İŞLETME KAPASİTESİ VE KAPASİTE TÜRLERİ

KAPASİTE KAVRAMI

İşletme kapasitesi kavramı çoğu kez işletme büyüklüğü ile birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak, işletmeler açısından kapasite, sadece nicel bir ölçüt iken; büyüme nicel ölçütlerde bir irileşme anlamına geldiği gibi, nitel bakımdan işletmenin iş yapabilme yeteneğinde (kapasitesinde) artış anlamına da gelmektedir. Kısaca büyüme, kapasite artırımının yanında, işletmeler için, yönetim becerisini geliştirmeyi, işletmenin teknoloji, pazar ve finans fonksiyonlarını etkin yönetmeyi de kapsamaktadır.

İşletme açısından kapasite, bir işletmenin belli bir dönemde (çoğunlukla bir yıl olarak alınır) mevcut kaynaklarını (beşeri, mali, fiziksel) kullanarak, elde edebileceği maksimum üretim miktarını ifade eder.

İşletme kapasitesi “üretim miktarı” açısından da ve “maliyetler” açısından tanımlanabilir. Üretim miktarı bakımından bir işletme veya tesisin birim zamanda elde edebildiği maksimum üretim miktarı onun kapasitesini gösterir.

İşletme Verimliliği ve Kapasite İlişkisi

İşletmelerde verimlilik, işletmede kullanılan kaynakların rasyonel kullanımı sonucunda ortaya çıkar. Bu ifade aynı zamanda işletmenin optimum kapasite düzeyinde çalışması anlamına gelir. İşletmelerde verimliliği artırmanın birçok tekniği vardır. Bunlar; zaman ve hareket etütleri, iş basitleştirme, iş genişletme ve iş zenginleştirme, beyin fırtınası, örgüt geliştirme, nominal grup çalışması, duyarlılık eğitimi gibi davranış teknikleri gibi teknik ve yöntemlerdir. Verimlilik, ürünün minimum maliyetle üretilmesidir. Bu tanım, toplam fiziksel girdilerin kullanılan gelirlere oranını ifade ettiği gibi girdilerin, minimum toplam maliyeti gerçekleştirecek oranlarda bir araya getirilmesinin gereğini de ifade eder.

KAPASİTE TÜRLERİ

Literatürde genellikle iki tür kapasite kavramına rastlanmaktadır. Bunlardan ilki, işletmenin “teknik veya mühendislik kapasitesi”; ikincisi ise, “ekonomik veya maliyetler açısından kapasite”dir.

Teknik veya mühendislik kapasitesi: Bir işletmenin fiili üretim miktarı ile maksimum üretim arasındaki ilişkiyi gösteren kapasitedir. Bu yaklaşıma göre kapasite, maliyetler ve üretim göz önüne alınmadan bir işletmenin birim zamanda üretebileceği maksimum ürün miktarını gösterir.

Maliyetler açısından veya ekonomik kapasite: Üretim yöntemi değişmediğinde bir işletmenin minimum maliyetle üretebileceği ürün miktarıdır.

Bir işletmenin kapasitesini ifade etmek için, değişik sınıflamalar yapılabilir. Bunlar; teorik (maksimum) kapasite, normal (pratik) kapasite, gerçek (fiili) kapasite, aylak (boş) kapasite, zorlanmış kapasite ve optimum kapasitedir.

Teorik Kapasite: Teorik kapasite planlanan ve teorik olarak kâğıt üzerine yazılan, makinelerin, tesislerin ve insan kaynaklarının hiçbir kesinti ve aksamaya uğramadan çalıştığı takdirde birim zamanda gerçekleştirebilecek kapasitedir.

Normal Kapasite: Normal (pratik) kapasite; tamir, bakım, onarım gibi çeşitli aksamaların dikkate alınmasıyla gerçekleşen kapasitedir.

Pratik Kapasite: Pratik kapasite ile normal düzeyde bir üretim ifade edilmekte ve genellikle bu kapasite, işletmelerin ulaşmaya çalıştığı ortalama verimliliği ifade eden bir ölçü olarak kullanılmaktadır.

Gerçek Kapasite: Gerçek (fiili) kapasite, işletmelerin belli bir dönemde ulaşılabilen gerçek çıktı düzeyidir. Normal kapasite, işletmenin olağan koşullarda üretebileceği mamul miktarını gösterirken; gerçek kapasite, belli bir üretim döneminde ortaya çıkan ürün miktarını gösterir.

Tam Kapasite: Ürün başına ortalama maliyetin en düşük, dolayısıyla kârın en yüksek olduğu kapasite “tam kapasite” olarak ifade edilir. Bu üretim düzeyinde işletme kısa dönemde, en düşük maliyetle en yüksek üretimi gerçekleştirmektedir. Tam kapasite, belli bir dönemde normal şartlar altında ulaşılacak en üst çıktı miktarı olarak tanımlanabilir. Tam kapasite kısaca; üretim maliyetlerinin en düşük, üretim miktarının ise en yüksek ve üretilen ürünün tümünün satıldığı bir noktayı ifade etmektedir.

Atıl Kapasite: Normal kapasitenin kullanılmayan kısmına atıl (aylak-boş) kapasite denir. Bir başka tanımla atıl kapasite, normal kapasite ile gerçek kapasite arasındaki farktır.

Aşırı (Zorlanmış) Kapasite: İşletmenin tam kapasite düzeyinden üretim hacminin üzerine çıkmasına aşırı veya zorlanmış kapasite adı verilir.

KAPASİTE BELİRLEME VE KAPASİTE SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Belli bir sürede, üretilen mal veya hizmetlerin fiziksel *birim sayısı*, kapasite ölçüsü olarak kullanılır. Kapasite ölçüsü olarak fiziksel üretim miktarı birimlerinin yanında, belli bir sürede üretilen ürünlerin “değeri” de kullanılabilir.

Kapasite seçimi yaparken; kurulu üretim kapasitesinin büyüklüğü, işletmenin yılda kaç gün, günde kaç saat ve kaç vardiya çalışacağı, maksimum kapasitenin ne olacağı, üretilen mal ve hizmetlerin yıllık miktarlarının ne kadar olacağı araştırılır ve kapasite, buna göre belirlenir. Bu faktörler; ölçek ekonomileri, talep düzeyi, maliyetlerin yapısı, teknoloji olanakları, finansal olanaklar, kuruluş yeri, çalışma süreleri şeklinde sıralanabilir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

İşletme kapasitesi artırılarak, makine ve işgücü verimliliği yükselir ve maliyetler azalır. Kapasitede yapılacak artış ve azalışın, üretim maliyetlerini hangi oranda ve hangi yönde etkilediğinin bilinmesi kapasite büyüklüğünün tespiti, örgütsel kaynakların optimal kullanımı bakımından önemlidir.

Finansal kaynaklar. İşletmeler finansal kaynaklarla yatırım ve işletme maliyetlerini karşılar. İşletmenin kapasitesini belirlerken sahip olduğu finansal kaynaklar, optimum kapasite büyüklüğünün seçiminde dikkate alınması gereken önemli bir faktördür.

Finansal kaynakların yeterli olması durumunda optimum kapasite, ortalama ve marjinal maliyetlerin birbirine eşit olduğu noktada gerçekleşir. Finansal kaynaklar minimum maliyet düzeyinde kapasiteye imkân sağlıyorsa, mevcut kapasite düşük tutulabilir. Bu durumda işletmenin finansal kaynaklarının yeterli hâle gelmesiyle kapasite artırımına gidilir.

- Talep Kuruluş yeri İşbölümü ve Uzmanlaşma Teknik imkânlar Çalışma Süreleri Diğer Faktörler

ÇALIŞMA DERECESESİ VE OPTİMUM İŞLETME KAPASİTESİ

Çalışma derecesi, diğer adıyla kapasite kullanım oranı, konaklama işletmelerindeki “doluluk oranı”na benzer bir kavramdır. Pratik kapasitenin kullanılan kısmını ifade etmek amacıyla kullanılır. Normal kapasite ile gerçek kapasite arasındaki orana çalışma derecesi denir. Çalışma derecesi işletmenin kapasite kullanım oranının bir ölçütüdür.

Bir işletmenin veya ülkenin çalışma derecesi (kapasite kullanım oranı) %85 denildiğinde, normal kapasitesinin %85’i kullanılıyor demektir. Kapasite kullanım oranı arttıkça, işletme kaynaklarının rasyonel kullanım oranı artıyor demektir. Kapasite kullanımı, bir işletmenin elinde bulunan gerek beşeri, gerekse fizikî ve malî kaynaklardan yararlanma derecesini gösterir. Kapasite Kullanım Oranı (KKO) olarak da bilinen bu rasyo şu şekilde ifade edilir:

KKO= (Gerçek Kapasite/Normal Kapasite) X 100

Kapasite kullanım oranları ve işgücü giderleri bakımından işletmeler karşılaştırıldığında; kapasite kullanım oranı düşük olan işletmelerde toplam maliyetler içinde işgücü giderlerinin oranının da düşük olduğu görülmüştür. Başka bir ifade ile kapasite kullanım oranı arttıkça, maliyetlerin payı azalmakta, ancak bu maliyetler içindeki işgücü giderleri oransal olarak yükselmektedir.

İşletmenin kârlılık düzeyinde çalışabilmesi için üretim faktörlerini en uygun biçimde birleştirmesi gerekir. Optimum işletme büyüklüğüne ulaşmaya kadar birim başına düşen maliyet azalır.

Optimum kapasite, belli bir amacı maksimum kârlılık, minimum maliyetle gerçekleştirebilmeyi mümkün kılan kapasitedir. Diğer bir tanımla, birim başına maliyetin en düşük olduğu kapasiteye “optimum kapasite” denir.

Üretim ölçeğinde meydana gelen değişimler sonucu, üretim miktarında meydana gelen değişimlere “ölçeğe göre getiri” denilmektedir. Üretim miktarıyla yakından ilgili olan ölçek değişimleri üretim miktarını hep aynı yönde ve aynı oranda değiştirmez. Özellikle, ölçek büyüdüğünde üretim miktarı her zaman artmayabilir. Bütün üretim faktörleri birlikte ve aynı oranda değiştirildiğinde üç çeşit ölçeğe göre getiri ortaya çıkâr. Bunlar; ölçeğe göre sabit getiri, ölçeğe göre azalan getiri ve ölçeğe göre artan getiridir.

İŞLETME BİLİMLERİNE GİRİŞ 1-7 ÜNİTE ÖZETLERİ

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. İşletmenin tam kapasite üretim hacminin üzerine çıkmasına ne denir?
 - a) Maksimum kapasite,
 - b) Teknik kapasite
 - c) Zorlanmış kapasite
 - d) Optimum kapasite
 - e) İşletme kapasitesi
2. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerde pratik kapasiteyi artırma yollarından biri değildir?
 - a) İş yöntemlerini iyileştirmek,
 - b) İleri teknoloji kullanmak,
 - c) İş görenlerin sayısını artırmak,
 - d) Üretim süreçlerini iyileştirmek,
 - e) Standardizasyona dikkat etmek,
3. Aşağıdakilerden hangisi yöneticilerin yatırım kararı verebilmesi için kapasite seçimini etkileyen faktörlerden biri değildir?
 - a) Ölçek ekonomileri
 - b) Talep düzeyi
 - c) Maliyetlerin yapısı
 - d) Teknoloji olanakları
 - e) Demografik faktörler
4. Normal kapasitenin kullanılmayan kısmına ne denir?
 - a) Teknik kapasite
 - b) Maksimum kapasite
 - c) Normal kapasite
 - d) Atıl (aylak-boş) kapasite
 - e) Aşırı kapasite
5. İşletmelerin belli bir dönemde ulaşılabilceği çıktı düzeyine ne denir?
 - a) Maksimum kapasite
 - b) Gerçek (fiili) kapasite
 - c) Normal kapasite
 - d) Atıl (aylak-boş) kapasite
 - e) Aşırı kapasite

1. C,2.C,3.E,4.D,5.B