

İnsan yaşamının gereği olan ve doğada hazır halde bulunmayan unsurları işletmeler sağlar.

İstekler sonuздur ancak üretimde kullanılan üretim faktörleri sınırlıdır.(ekmek yapımındaki un gibi).

İşletme bilimi: Karşılanmamış insan istek ve ihtiyaçlarını, çözülmemiş sorunları bulmaya çalışır ve bulunan sorunların en az kaynak kullanarak nasıl çözüleceğine odaklanır.

İşletmelerin insan ihtiyaçlarıyla ilgilenmesinin sebepleri.1 İhtiyaç doğrultusunda üretim.(neyi satabiliyorsam onu üretirim) 2 Çalışanların verimliliği.(işletmenin verimliliği için çalışanları gözetirler).

İhtiyaçlar iki grupta sınıflandırılır. 1 Fizyolojik (birincil ihtiyaçlar. Yeme içme barınma) **2 Psikolojik** (ikincil ihtiyaçlar sevmek, sevilme beğenilme sosyal ihtiyaçlar).

İşletmede en çok kullanılan ihtiyaç araştırması Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisidir.

İhtiyaçlar hiyerarşisi 1Fizyolojik ihtiyaçlar(fiziksel. Yemek içmek barınmak uyumak) **2Güvenlik ihtiyacı**(insanın hayatta, toplumda duydukları risk ve tehlikelere karşı ihtiyaç duyması) **3Sosyal ihtiyaçlar**(aidiyet sevgi kabul görme sosyal yaşam) **4Saygı görme ihtiyacı**(tanınma değerli hissetme taktir edilme) **5Kendini gerçekleştirme**(insanın hayal, yetenek, ideallerini gerçekleştirme).

Üretim faktörleri üretimde kullanılan miktar ve çeşit olarak sınırlı kaynaklardır.**1Doğal kaynaklar**(yenilenebilir-yenilenemez) **2Emek**(işletmede çalışan işçiler) **3Sermaye**(işletmenin sahip olduğu maddi(üretim araçları) ve maddi olmayan(patent marka lisans)varlıklar) **4Girişimcilik** (bir işe kalkışmaktır. Doğal kaynaklar emek ve sermayeyi bir araya getirerek mal üretip hizmet vermek).

İşletme: insan ihtiyaçlarını gidermek beklentilerini karşılamak için üretim yapan çoğunlukla kar amacı güden ekonomik teknik ve sosyal girişimlerdir.

İşletmelerin amaçları: Kar, ekonomik sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik.

İşletmelerin içindeki işlevler gruplandırılır. Pazarlama üretim finansman muhasebe insan kaynakları halkla ilişkiler, araştırma geliştirme fonksiyonları vb.

İşletme türleri: Büyüklükleri bakımından; •[Niteliksel](yönetim, ilişkiler, hukuki statü) | •Niceliksel(mikro işletmeler, küçük işletmeler, orta büyüklükte işletmeler, büyük işletmeler. Sınıflandırmada çalışan sayısı, sermaye, satış gibi ölçüler kullanılır)

Mikro işletme: 10 kişiden az. Yıllık 1 milyondan az.

Küçük işletme: 50 kişiden az yıllık 8 milyondan az.

Orta büyüklükte işletme: 250 kişiden az yıllık 40 milyondan az.

Büyük işletme: 250 kişiden fazla yıllık 40 milyondan FAZLA.

KOBİ

Yaptıkları iş bakımından işletme türleri: **1 Ürün üreten işletmeler 2 Hizmet üreten işletmeler 3 Ticaret işletmeleri.**

Sermayesi açısından •Yerli işletmeler. Özel işletmeler, kamu işletmeleri | • yabancı işletmeler.

Dünya Ölçeğine göre işletmeler: 1 Ulusal işletmeler 2 Uluslararası işletmeler 3 Çokuluslu işletmeler.

Yasal statü bakımından işletmeler: 1 Tek kişi işletmeleri 2 Şirket işletmeleri 3 Kooperatifler 4 dernek ve vakıflar

İşletmelerin başarı göstergeleri: 1 Verimlilik(aynı miktar girdiden daha çok çıktı üretmek, aynı çıktıyı daha az girdiyle üretmek) 2 etkililik(amaçlara ne derece ulaşıldığı.Fiili sonuçların planlanan sonuçlara oranlaması) 3 karlılık(karın sermayeye oranı. Karı yükseltmek için ya maliyet düşürülür ya da sermaye azaltılır) 4 yenilikçilik(işletmelerin hayatlarını devam ettirebilmek için yaratıcı davranarak yeni ürünler sunması)

Her işletme faaliyetlerini çevreden elde ettiği girdilerle gerçekleştirir.

İşletme çevresinin incelendiği seviyeler: **1 iç çevre**(işletme) **2 Sektörel çevre**(Rakipler, müşteriler, tedarikçiler) **3 Küresel çevre**(teknolojik, doğal, ekonomik çevre unsurlarından oluşur).

Her işletme çevresiyle sürekli etkileşim içinde olan çık birer sistemdir.

İşletmenin içinde kalan kısım iç çevredir.İşletmenin dışında kalan kısma da Dış çevre denir.

İç çevre işletmenin vizyon, misyon ve temel yeteneğini örgüt yapısı ve örgüt kültürünü barındırır.

Dış çevre işletmenin dışında yer alır ve işletmeyi doğrudan ya da dolaylı yoldan etkileyebilir.Dış çevrenin işletmeyi doğrudan etkileyen bileşenlerine "işletmenin yakın dış çevresi, sektörel çevresi, mikro çevresi" denir.

İşletmenin genel çevresi: **1Siyasal yasal çevre**(yasal yönetmelik ve işletmeyle ilgili düzenlemeler). **2ekonomik çevre**(işletmelerin kısıt olan kaynakları kullanarak insan ihtiyacını karşılamak için üretim yaptıkları ortam) **3 sosyokültürel çevre** iki boyutta incelenir **1(•toplumsal/sosyal.** Toplumdaki sınıfsal yapı, yaşam tarzları gibi) **2•kültürel 4teknolojik çevre**(var olan ve gelişen teknolojiler. İşletmeler teknolojiyi yakından takip etmelidir) **5doğal çevre**(girdi olarak kullanılan doğal kaynaklar ve işletmelerin nereye kurulacağını saptanması, nerede verimli şekilde faaliyet sürdürebileceğinin bulunmasında etkilidir).

Küresel çevre işletmenin genel çevresini daha çok etkileyen bir faktördür.küresel çevre işletmeyi ve çevresini saran bir üst sistemdir.

İşletmenin hiçbir uluslararası faaliyeti olmasa da küresel çevrenin etki alanındadır.

Sektörel çevre(görev çevresi) dış çevrenin bir altıdır genel çevre ve iç çevre arasında yer alır.

Sektörel çevre bileşenleri:•Rakipler ve rekabet •müşteriler •tedarikçiler ve stratejik ortaklıklar •işgücü piyasası •yasal düzenleyiciler ve çıkar grupları.

Tedarikçiler: işletmelerin üretim sürecinde ihtiyaç duydukları girdileri sağlayan kişiler ya da kuruluşlar.

Stratejik ortaklık: İşletmeler çeşitli ortak hedeflere ulaşabilmek için bazı diğer işletmelerle yakın iş ilişkileri kurmak durumundadırlar.

İşgücü piyasası: işletmenin faaliyetleri için ihtiyaç duyduğu emek, iş gücü piyasasından karşılanır.

Düzenleyici kurumlar: devlet tarafından kamu yararını korumak amacıyla kurulmuş çeşitli düzenlemeler yapan resmi kuruluşlardır.

Çıkar grupları: işletmeleri sosyal sorumlu davranmaya iten baskı grupları olarak nitelendirilir.

“Sermaye Piyasası Kurulu, 1981 yılında 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ile kurulmuştur. Yetkilerini kendi sorumluluğu altında bağımsız olarak kullanan, idari ve mali özerkliğe sahip düzenleyici bir kamu kurumudur. Kurul’un temel görevi; sermaye piyasasının güven, açıklık ve kararlılık içinde çalışmasını ve tasarruf sahiplerinin yani yatırımcıların hak ve yararlarının korunmasını sağlamaktır.”

İnternet tabanlı sosyal topluluklar, işletmecilerin hedef kitleye erişimlerinde daha önceden hayal bile edilemeyecek fırsatlar sunmalarının yanında, işletme itibarının bir anda yok olmasına sebep olabilecek kadar önemli bir tehdit unsuru olarak da değerlendirilmelidir (Laudon ve Traver, 2010).

İç çevre bileşenleri:•misyon •vizyon •temel yetenekler •örgüt yapısı •örgüt kültürü

Misyon: Bir işletmenin var olma nedeni.

önemli yol gösterirler.

Vizyon: İşletmenin geleceğini, ulaşmak istediği yeri betimler.

yaptıklarıyla yakından ilgilidir.

Temel yetenek: İşletmelerin en iyi bildikleri ve yaptıkları işlerdir.

Örgüt yapısı: Yetkinin işletme içindeki dağılımı, işletmenin amaçları arasındaki rütbe düzeni.

Örgüt kültürü: Ortak anlam ve anlayış demektir. işletme içinde paylaşılan değerler normlar ve davranışlar o işlremenin kültürünü oluşturur.

İşletme yöneticileri işletme çevresini yakından incelemeli ve nasıl bir çevre içinde faaliyet gösterdiklerini iyi bilmelidirler.

Çevre, işletmeler için hem fırsat hem de tehdit kaynağı olabilir.

Hiyerarşi: makamların, rütbelerin vb. önem sırası, astlık ve üstlük düzeni, aşama gözetilerek yapılan sınıflama.

3

Etik: bireyin davranışlarının doğruluğu ya da yanlışlığı hakkında hüküm vermeyi sağlayan ahlaki değerler.

İş etiği ahlak kurallarının işletmelerde uygulanmasıyla ilgilidir.

İşletmelerin etik davranması için rehber olan standartlar çıkarılır.

Ahlak bireylerin toplumda uyması gereken davranış biçimleri ve kurallardır. Etik de bu davranışların doğru mu yanlış mı olduğuna karar veren ilkeler, değerler toplamıdır.

Etik kararlarda toplum değil birey odaklıdır.

Bir organizasyonun sosyal sorumlu olması: 1 klasik görüş(İşletme yönetimlerinin tek sosyal sorumluluğunun kar maksimizasyonu olduğunu söyler) **2sosyoekonomik görüş**(işletme yönetiminin sadece kar elde etmek değil toplumun refahını koruması ve iyileştirilmesi de gerektiğini savunur)

Maksimizasyon: En yüksek düzeye çıkarma.

Sosyal sorumlu davranış: etiğe uyan, toplumun beklentilerini karşılayan eyleme dönüşmüş davranış biçimi.

İşletmeler açısından sosyal sorumluluk 4 bölümde incelenir: •ekonomik sorumluluklar •yasal sorumluluklar Toplum tarafından gerekli görülür •etik sorumluluklar(Toplum tarafından beklenir) •hayırseverlik sorumluluğu(toplum tarafından arzu edilir)

Organizasyonların sürdürülebilirliği iki kuramda incelenir: 1Sürdürülebilirlik(Çevresel ekonomik ve sosyal açıdan tüm sistemin uzun dönemli korunması)

Sürdürülebilirlik yaklaşımı(üçlü sorumluluk): İşletmelerin tek amacı kar değildir, aynı zamanda ekonomik değer, sosyal değer ve çevresel değerler de üretmek olduğunu savunur.

Paydaş yaklaşımı: işletmelerin sorumlu olduğu çeşitli gruplara odaklanır.

Paydaş: işletmelerin amaçlarını gerçekleştirirken etkiledikleri ya da etkilendikleri herhangi bir grup ya da bireydir.

Sosyal sorumlu işletme olmanın yol haritası: 1 Kurum kültürünün gözden geçirilmesi 2 Paydaş gruplarının tanınması 3 Paydaşlarla ilgili konuların belirlenmesi 4 İşletmenin sosyal sorumluluk alanlarının tespit edilmesi 5 Kaynaklar ve önceliklerin belirlenmesi 6 Paydaşlardan geribildirim alınması.

Etik ve sosyal sorumluluk konusunda yol gösterici ilkeler: •Dinler arası bildirge(Hristiyan Yahudi ve Müslümanlar için hazırlanmış uluslararası işletme etik kodlarından oluşur) •The CAUX Roundtable (ilkeler:•insana saygı •Kyosei[herkesin iyiliği için birlikte yaşama ve çalışma inancı])

Etik kod: kurumların çalışanlarına, beraber iş yaptığı kişi ve diğer kurumlara ve kamuya sorumluluklarını özetleyen, temel değerlerini ve ilkelerini yansıtan, çalışanlara kabul edilebilir ve edilemez davranışlar konusunda yol gösteren bir kurallar bütünüdür.

Etik ve sosyal sorumluluk konusundaki evrensel standartlar •ISO 14000 | SA 8000 | ISO 26000

GRI (Global Reporting initiative): işletmelerin kendi faaliyetlerine ilişkin çevresel sosyal ve ekonomik sonuçlarını raporlayabilmeleri için Sürdürülebilirlik raporlama rehberi oluşturmuş.

4

İşletme kurma süreci girişimci dediğimiz, işi fikre dönüştürüp ticari işletme kuran kişilerin fikriyle başlar. Fikrin doğmasında en önemli faktör kar elde etme ya da kazanç isteğidir.

Girişimcilerin işletme kurarken dikkat ettikleri plan: Yatırım, yatırım projesi, Ön araştırma, fizibilite çalışmaları.

Fizibilite: yapılabilirlik, uygulanabilirlik.

Kuruluş yeri seçiminde: •hammadde •pazara yakınlık •ulaştırma •işgücü •enerji ve su kaynakları •iklim koşulları •teşvik ve sınırlamaları

İşletme kurma girişimcinin fikriyle başlayan bir süreçtir. Girişimci bir ihtiyacı teşhis ederek işi fikre dönüştüren ve gerekli riskleri üstlenerek ticari işletme kuran kişidir.

Kar etme ve kazanç sağlama girişimcilerin işletmeyi kurma nedenlerinin başında yer alır.

İşletme kurma motivasyonunu sağlayan diğer nedenler: •Toplumda saygınlık ve sosyal statü elde etme •kendi işini kurarak kendi işinin patronu olma •tüketicilerin ihtiyacına cevap verme •iş arayanlara açılan iş yerinde iş sunma isteği. Fizibilite çalışmaları Ekonomik, teknik finansal ve hukuksal araştırmaların yer aldığı kapsamlı çalışma.

Girişimci işletmenin amaçlarına en verimli etkin ve karlı şekilde ulaşmasını sağlayacak bir kuruluş yeri seçmelidir.

Kuruluş yeri belirleme sırasında girişimci kişinin kuruluş dosyası hazırlama ve faaliyete geçebilmek için yasal izinler gibi süreçleri de tamamlaması gerekir.

Kurul yeri seçimi yapılırken kurulacak işletmenin hammadde temin edilecek yere, pazara ve enerji kaynağına yakın olması, iklim ve çalışma şartları, taşıma maliyetleri ve teşvikler gibi hususlara dikkat edilir.

Kurulan bir işletme yıllar içinde fiziksel, mali ve ya yetenek olarak büyür. Yoğun rekabet, piyasadaki faaliyetlerini sürdürebilmeleri için işletmelerin büyümesini zorunlu kılar.

İşletmelerde Büyüme: işletmenin kuruluşundan itibaren yapısını oluşturan maddi ve beşeri unsurlardan oluşan, gözlenen ve ölçülebilir değişme ve gelişmelerdir.

İşletmelerin büyüme nedenleri: •Karlarını artırmak istemeleri •Piyasada iyi bir yer edinerek ham maddeye daha kolay ve uygun şartlarda ulaşmak istemeleri •büyük işletmelerin yenilikleri takip etmesi ve satın almasının daha kolay olması. •Büyük işletmelerin iş arayanlar veya yöneticiler tarafından daha fazla tercih edilmesi •Büyük işletmelerin diğer işletmelerle, yerel yönetimle, resmi dairelerle ve medyayla ilişkilerinin iyi olması.

İşletmeler rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmek ve pazarda giderek etkili olabilmek için çaba sarf ederler.

İşletmelerin büyümesi iki şekilde gerçekleşir. 1 İçsel(Kendi olanaklarıyla faaliyetlerini geliştirmeleri)•yatay büyüme(fabrika sayısını artırmak, farklı yerlere yeni şubeler açmak)•Dikey büyüme(Birbirlerini bütünleyen fakat farklı faaliyetler gerçekleştiren işletmelerin birleşmeleri

veya ortak iş yapmalarıdır. Patates cipsi üreten bir işletmenin, patates

üreticisiyle anlaşması, **dikey büyüme**ye bir örnektir) iki yönde gerçekleşir. •Geriye doğru Dikey büyüme(işletmenin daha önce satın aldığı girdi mallarını kendisi üretir) •ileriye doğru dikey

büyüme (İşletmenin, ürünlerinin tüketicilere veya müşterilere ulaştırılmasını sağlamak için pazarlama ve dağıtım kanallarıyla birleşmesidir. El işi yapan birinin, yaptıklarını satmak için dükkân açması; yoğurt, peynir yapan birinin şarküteri açması ileri doğru dikey büyümeye örnektir)**2 Dışsal büyüme**(işletmelerin başka işletmelerle birleşerek, stratejik ortaklıklar kurarak büyümeleri. Dikey, yatay ve çapraz olarak 3e ayrılır. •Dikey(işletme, dağıtım ve pazarlama işletmesiyle birleşir) •yatay(işletmeler kendileriyle aynı sektörde yer alan işletmelerle birleşir. İşletmeler rekabet ortamında hayatta kalabilmek, maliyetlerini

azaltabilmek, üretimi arttırabilmek için yatay birleşme yolunu tercih ederler. İki bankanın birleşmesi yatay birleşmeye örnektir) •çapraz (Dikey ve yatay birleşmeler aynı sektördeki işletmelerle gerçekleştirilirken çapraz birleşmede farklı sektördeki işletmelerle birleşme olmaktadır. Otomobil üretimi yapan işletmenin, yemek fabrikasıyla birleşmesi çapraz birleşmeye örnektir. Çapraz birleşmeler farklı alanlarda işlerin birleşmesi olduğu için, rekabet ortamında işletmeye farklılık katar. Sadece kendi sektöründe üretim yapmakla kalmaz, ayrıca başka sektörlerde de üretim yaparak kendini diğer işletmelerden farklı hâle getirir.)

Büyümenin işletmeye kazandırdığı yararlar •pazarda yer edinme •tanınmak ve marka olmak •Ar-Ge farkı •uluslararası bağlantılar •uzmanlık.

Büyümenin işletmeye kazandırdığı sakıncalar: •bürokrasi •çalışanların olumsuz etkilenmesi •koordinasyon sorunu.

İşletmelerin büyümenin sakıncaları ile başa çıkabilmeleri için kullanabilecekleri iki yaklaşım. 1 Büyükten küçüğe(küçük işletmelerin pek çok özelliğini taşıyan büyük bir işletme yaratma amacı taşır) **2 Küçükten büyüğe** (büyük olmanın üstünlüklerini taşıyan küçük işletmelerin oluşturulması ile ilgilidir)

Hukuki birleşme türleri: Centilmenlik Anlaşması, Konsorsiyum, Kartel, Konsern, Tröst, Holding, Merger

Centilmenlik anlaşması: birkaç işletmenin aralarındaki iş birliği kurmak, rekabeti sınırlandırmak ve sektördeki durumlarını güçlendirmek amacıyla yaptıkları anlaşmadır.

Konsorsiyum: belirli bir işi gerçekleştirmek için kurulan geçici bir süreliğine birlik veya ortaklıktır.

Kartel: aynı sektörde ve aynı işi yapan iki veya daha fazla işletmenin hukuki bağımsızlıklarını yitirmeden yaptıkları anlaşmalar. MİKTAR KARTELLERİ, FİYAT KARTELLERİ, PAZARLAMA KARTELLERİ(toptancılar), SATIN ALMA KARTELLERİ çeşitleridir.

Konsern: aynı iş kolunda az sayıda işletmenin bir araya gelmesiyle oluşur. Üyeler arası iş birliği yapılır.

Tröst: iki veya daha fazla işletmenin tekeli güç oluşturmak amacıyla hukuki bağımsızlıklarını yitirerek SERMAYE ve YÖNETİMLERİNİ birleştirmeleridir. İLK KEZ ABD’de çıkmıştır. Tek elleşmeye yol açtığından bir çok ülkede yasaktır.

Holding: bir şirketin başka şirketlerin hisse senetlerinin büyük bir bölümünü satın alarak onların yönetim ve denetimini ele geçirmesiyle oluşan şirketler grubudur.

Merger(tam birleşme): iki veya daha fazla işletmenin tek işletme haline gelmesidir.

İŞLETMELERDE KÜÇÜLME= gereksiz büyüme sonucu verimin düştüğü işletmelerde küçülme olarak çok yararlı ve bazen de zorunlu bir yöntemdir.

KÜÇÜLMENİN NEDENLERİ=•İşletmedeki maliyeti düşürmek •İşletmedeki karar sürecini hızlandırmak •Müşteri odaklı bir işletme olmak •Sonuç odaklı bir işletme haline gelebilmek •Rakiplerin yaptıklarına daha kısa sürede cevap vermek •İşletmelerin iç ve dış çevresinde oluşan iletişimle ilgili sorunları azaltmak.

İşletmelerde küçülme yöntemleri; çalışanların giderlerini azaltma, işten çıkarma, erken emeklilik, ayrılma veya kısa dönemli işten çıkarma.