Dr. Dimitar Eftimoski  Mr. Slavica Kovačevska Velkova
Zoran Zlatkovski

Birinci Sınıf için

TEMEL İŞLETME

İktisadi, Hukuki ve Ticari Eğitim
Yazarlar:
Dimitar Eftimoski
Slavitsa Kovačevska Velkova
Zoran Zlatkovski

Değerlendiriciler:
Dr. Kiril Postolov - Başkan
Vesna Traykovska Gikovska - Üye
Sonya Ilieva - Üye

Dil Redaksiyonu: Prof. Dr. Arif Ago

Düzelti: Doç. Dr. Aktan Ago
Çeviri: Leyla Arif

Bilgisayar işleri: Zoran Zlatkovski

Kapak tasarımı: Datapons

Yayınıc: Makedonya Cumhuriyeti Eğitim ve Bilim Bakanlığı

Basmevi: Grafički Centar Ltd., Üsküp

Makedonya Cumhuriyeti Eğitim ve Bilim Bakanının 22- 4323/1 sayılı ve 29. 07. 2010 tarihli kararnamesiyle, bu kitabin kullanıma izni veriliyor.
ÖNSÖZ

Saygıdeğer öğrenciler, bu kitap orta mesleki eğitimin iktisadi, ticari ve hukuki eğitiminin birinci sınıf öğrencilere öngörülmüştür.

Kitapın birincil amacı ve görevi, küçük ölçekli işletmelerin rolü ve önemini tanımanızı, bireysel işletmeye başlamının nedenlerini anlammanızı ve küçük ölçekli işletmeye başlamanın yöntemleri arasında ayırmanızı, küçük ölçekli işletmelerde planlamayı, üretimi yönetmenin içeriğini, ürün fiyatının nasıl belirlendiğini ve çalışmanın iktisadi ilkelерini anlammanızı sağlamaktadır.

Kitaptaki içerikler yedi konuda gruplandırılmış ders birimlerinin ise işaretleri vardır. Her ders birimi belirlenmiş bütünleri ifade eden bölümlere ayrılmıştır. Her ders biriminin anahtar kavramlara ayrılmış ve belirgin biçimde verilmiştir. Tablolar, şedüller ve grafiklerden oluşan görsel kısmın aracılığıyla bilgilerinizi derinleştirecek, bütünleyecek ve genişleteceksiniz, yani ele alınan kavramların ve nesnelerin varoluş nedenlerini daha başarılı biçimde ve bireysel olarak gözlemleyeceksiniz.

Kitapın çalışma özelliği vardır. Kitap, düşünme, öğrenme, sonuç getirme ve geneleştirmeye yolculu adımdır öğrenmeyi sağlar ki, sizin arada yeni ders içeriklerini dişkataltı biçimde takip etmeniz, katılmanız ve öğrenmeniz gerekiyor. Özellikle ders içeriklerinin ağırlığına önem göstererek, kitabı sizin yaş grubunuza uygun bir biçimde hazırlamış olduğumuza umuyoruz. Her konunun sonunda sonuç ve bilgiyi yoklama amaçlı sorular verilmiştir. Böyle oluşturulmuş ders kitabı, malzemenin daha iyi ve başarılı biçimde kavranmasını sağlamalıdır.

Doğrusu bu kitapın çalışmanızı daha eğlenceli yapacağını umuyoruz.

Yazarlar
İÇİNDEKİLER

KONU 1 İŞLETMENİN ÖZELLİKLERİ........................................................................................................ 9
İŞLETME KAVRAMI .................................................................................................................. 11
SINIRLI KAYNAK EKONOMİSİ............................................................................................ 12
İŞLETMENİN ANLAMı .............................................................. 13
İŞLETME İKTİSADİ BÜYÜME ÜZERİNE ETKİLİDİR .................................................. 13
İŞLETMELER TÜKETİMİ TETİKLİYOR – TÜKETİM İŞLETMELERİ .......... 14
İŞLETMELER KARŞILIKLI REKABET İÇİNDE YAŞAM KOŞULLARINI
İYİLEŞTİRMekteDİRLer .................................................................................................. 15
İŞLETME AYRIMI .............................................................................................. 16
KAMU VE ÖZEL SEKTÖR..................................................................................... 16
BİRİNCİL, İKİNCİL VE ÜÇÜNCÜL SEKTÖR .................................................. 18
ÜRETİM – SANAYİ SEKTÖR VE TİCARET .................................................. 20
FAALİYET SINIFLANDIRMASI BÜYÜK VE KÜCÜK ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN ÖZELLİKLERİ ............................................................................... 21
İŞLETMENİN BÜYÜKLÜĞÜ .............................................................................. 21
BÜYÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI ...... 23
KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI ..... 25
KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN FAALİYET ALANLARI .................................. 27
TİCARETTE KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER .................................................. 27
TARIM VE İŞLEME SANAYİİNDE KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER ........ 28
KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER VE HİZMETLER ............................................ 29
KÜCÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMENİN BAŞARISIZLIK NEDENLERİ ....................... 30

KONU 2 İŞLETME VE ÇEVRE ............................................................................... 35
ÇEVRE KAVRAMI .............................................................................................. 37
ÇEVRE SINIFLANDIRMASI................................................................................. 38
DAHİLİ ÇEVRE.................................................................................................. 40
HARİCİ ÇEVRE .............................................................................................. 41
GENEL ÇEVRE .............................................................................................. 42
ÖZEL ÇEVRE(İŞ ÇEVRESİ) ............................................................................ 44
ÇEVRENİN İŞLETME AÇISINDAN ÖNEMİ .......................................................... 47
KONU 3 İKTİSADİ KURULUŞLAR ................................................................. 53
İHTİYAÇLAR ................................................................................................. 55
İHTİYAÇ KAVRAMI VE İHTİYAÇ TÜRLERİ .............................................. 55
MAL VE HİZMETLER .................................................................................. 55
ÜRETİM ......................................................................................................... 56
ÜRETİME DUYULAN GEREKSİNİM ............................................................. 56
ÜRETİM KAVRAMININ TANIMLANMASI .................................................. 57
NE, NASIL VE KİMİN İÇİN ÜRETİLMELİ .................................................. 58
ÜRETİM FAKTÖRLERİ ................................................................................. 58
ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK EMEK............................................................... 58
ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK SERMAYE ..................................................... 59
ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK TOPRAK ......................................................... 59
ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK GİRİŞİNCİLİK .............................................. 60
İKTİSADİ UNSURLAR ................................................................................... 61
İŞLETMELERİN KURULUŞ AMAÇLARI .................................................... 62
İŞLETME, TÜCCAR, TİCARİ ŞİRKET .......................................................... 64
FAALİYET ALANINA GÖRE TÜCCAR– TEK KİŞİ İŞLETMESİ .................. 66
BİÇİMİNE GÖRE TÜCCAR–TİCARİ ŞİRKET TÜRLERİ ............................. 67
KAMU TİCARİ ŞİRKETİ (KTŞ) ................................................................. 67
SINIRLI SORUMLULUĞA SAHİP ŞİRKET (LİMİTED–LTD.) .................. 69
ANONİM ŞİRKET (A.Ş) .................................................................................. 71
KOMANDİT ŞİRKET (K.Ş) ........................................................................ 72
SERMAYESİ PAYLARA BÖLÜNMÜŞ KOMANDİT ŞİRKET (SPBKŞ) ....... 73

KONU 4 İŞLETME EKONOMİSİ ................................................................. 77
VARLIKLAR VE VARLIKLARIN ÖnEMİ .................................................... 79
VARLIK TÜRLERİ .......................................................................................... 80
DURAN (SABİT) VARLIKLAR – SABİT SERMAYE ................................. 80
DURAN VARLIKLARIN HARCANMASI – AMORTİSMAN ....................... 80
DURAN VARLIKLARIN AYIRIMI ............................................................... 82
DÖNEN (DEĞİŞKEN) VARLIKLAR – DÖNER SERMAYE ....................... 83
DÖNEN VARLIKLARIN AYIRIMI ............................................................... 84
İŞLETMEYİ FINANSE ETME KAYNAKLARI VE YÖNTEMLERİ ............... 85
İŞLETMEYİ FINANSE ETME KAVRAMI VE İÇERİĞİ .............................. 85
ÖZ KAYNAKTAN FINANS ETME .............................................................. 85
YABANÇI KAYNAKTAN FINANS ETME .................................................... 87
KONU 7 ÇALIŞMANIN TEMEL EKONOMİK İLKELERİ ................. 145
ÇALIŞMANIN VERİMLİLİĞİ ........................................................................ 147
  VERİMLİLİK KAVRAMI ........................................................................ 147
  VERİMLİLİĞİN İÇERİĞİ ........................................................................ 147
  MİLLÎ EKONOMİ AÇISINDAN VERİMLİLİK ......................................... 148
  EMEK VERİMLİLİĞİNİN ÖlÇÜLMESİ ...................................................... 149
  EMEK VERİMLİLİĞİNİN BAĞLI OLDUĞU FAKTÖRLER ....................... 152
ÇALIŞMANIN EKONOMİKLİĞİ ................................................................. 154
  EKONOMİKLİĞİN İÇERİĞİ .................................................................. 154
  EKONOMİKLİK KAVRAMI ................................................................. 155
  EMEĞİN EKONOMİKLİĞİ VE VERİMLİLİĞİ ......................................... 155
  EKONOMİKLİĞİN ÖlÇÜLMESİ .............................................................. 156
  EKONOMİKLİK FAKTÖRLERİ .............................................................. 159
KÂRLILIK (RANTABİLİLTE) ............................................................... 160
  KÂRLILIK KAVRAMI VE İÇERİĞİ ....................................................... 160
  KÂRLILĠĠN ÖlÇÜLMESİ ................................................................. 161
  KÂRLILĠĞ FAKTÖRLERİ ................................................................. 162
KAYNAKÇA ............................................................................................ 165
KONUNUN İÇERİĞİ:
İşletme Kavramı
Sınırlı Kaynak Ekonomisi
İşletmenin Anlamı
- İşletme İktisadi Büyüme Üzerine Etkilidir
- İşletmeler Tüketimi Tetikliyor -Tüketim İşletmeleri Tetikliyor
- İşletmeler Karşılıklı Rekabet İçinde Yaşam Koşullarını İyileştiriyor
İşletme Ayırımı
- Kamu ve Özel Sektör
- Birincil, İkincil ve Üçüncü Sektör
- Üretim-Sanayi Sektörü ve Ticaret
Büyük ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Özellikleri
- İşletmenin Büyüklüğü
  - Büyük Ölçekli İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları
  - Küçük Ölçekli İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları
Küçük Ölçekli İşletmenin Faaliyet Alanları
Küçük Ölçekli İşletmenin Başarısızlık Nedenleri

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- piyasa ekonomisini anlamak;
- işletme kavramını tanımlamak;
- işletmenin rolünü ve önemini değerlendirmek;
- küçük ve büyük ölçekli işletme ayırımı yapmak;
- küçük ve büyük işletmelerin özelliklerini algılamak ve açıklamak;
- işletmenin başarısızlık nedenlerini tespit edebilmek;
- küçük işletme kurma imkânlarını görebilmek.
1. İŞLETME KAVRAMI

İşletme kavramı, iktisadi fayda sağlamak için yürütülen çalışma faaliyeti anlamına gelmektedir. Esasında işletme, maksimum iktisadi etki sağlamak amacıyla mevcut üretim faktörlerinin kullanılmasını ifade etmektedir. Buradan hareketle işletme kavramından bir bireyin veya insan grubunun bir ürün veya hizmet üretmesi ve satması için organize edilmiş emeği anlaşılmaktadır ki, bununla belli bir istek veya ihtiyaç karşılanacak olup kar elde edilecektir. İşletme tanımını şu üç önkoşulu oluşturmaktadır: **Birinci**, işletmenin gerçekleşmesi için temel üretim faktörlerinin birleştirilmesi gerekmektedir: **Emek**, **Sermaye**, **Toprak** ve **Girişimcilik**.

Emek (beşeri kaynaklar), insanın mal ve hizmet üretmek için kullanmış olduğu fiziksel ve zihinsel becerilerini kapsamaktadır. Sermaye, işletme faaliyetlerinin yürütülmesini sağlayan tesisler, makineler, aletler, mali varlıklar, donanım, taşıma araçları gibi farklı sermaye malları şeklinde ifade edilebilir. Toprak (doğal kaynak), emek ve sermaye faaliyetlerinin yönelmiş olduğu doğanın şekli değişirmemiş “armağan”ıdır.

Nihayetinde, insanın oluşturma, yönetme, karar verme ve risk üstlenme gibi becerilerinin özel niteliği olarak **girişimcilik** de faktörler arasında yerini almıştır. İkinci önkoşul, satılan mal ve hizmetlerin kullanımına ilişkildir. İşletmeler, başkasının belli bir ihtiyacını karşılamak için mal ve hizmet üretiyor ve satıyorlar. Esasında, işletme başkası için üretim yapabilecek olanğını neticesi olup satılan mal veya hizmetin karşılığında kar elde etmektir.
Kâr, satılan mal ve hizmetlerden elde edilen toplam gelir ile bu mal ve hizmetlerin üretilmesi için yapılan toplam maliyet arasındaki farkı ifade etmektedir.

Tanımdaki üçüncü önkoşul, satılan mal ve hizmetlerden kâr elde etmeye ilişkindedir. İşletme kâra bağlıdır. Kâr elde etme imkanı olmadıkça, işletme faaliyeti yürütme imkanı da olacaktır.

Kâr, satılan mal ve hizmetlerden elde edilen toplam gelir ile bu mal ve hizmetlerin üretilmesi için yapılan toplam maliyet arasındaki farkı ifade etmektedir.

**Toplam Gelirler – Toplam Maliyet = Kâr**

Örneğin, bir audio-video cihazlar üreticisi bir yıl içinde 15.000 DVD çalar üretmeyi ve 12.000,00 MKD üzerinden satmayı başarmıştır. İşletme toplam 180.000.000,00 MKD gelir elde etmiştir. Bir DVD çaların üretim maliyeti 5.000 MKD veya toplam üretim için 60.000.000 MKD'dir. Buna göre DVD çaların satışından elde edilen toplam gelir ile üretimi için yapılan toplam maliyetlerin arasındaki fark algılanırsa, söz konusu işletme bir yıl için 120.000.000 MKD kâr elde etmiştir.

2. SINIRLI KAYNAK EKONOMİSİ

İktisadın temelinde kaynakların kıtılığı yani sınırlı oluşuyatmaktadır. İnsanlar, dünya üretiminin oluşturulabildiği mal ve hizmetlerden çok daha fazla tüketmek istiyorlar ve tüketebilirler. İnsanların istek ve ihtiyaçları sonsuzdur. Bir ekonomi çerçevesinde insanların isteklerini tam olarak karşılayabilecek kadar sınırsız mal ve hizmet üretmek mümkün olsaydı, o zaman sınırlı kaynakların mantıklı ve etkili kullanımını dert etmeye gerek kalmasızdı. Aynı zamanda eğer işletmeler sınırsız miktarda mal ve hizmet üretebilecek durumda olsalardı, o zaman emek, sermaye, parasal varlıklar vb. üretim girdilerinin etkin kullanımını dert
İktisat, kaynakların sınırlı oluşunu gözönünde bulunurarak mal ve hizmetler üretildiği ve dağıtildiği bir sistemdir.

Fırsat maliyet, kaynakların alternatif kullanımından kaynaklanan kaybolan geliri ifade ediyor.

etmezlerdi. Tüm kaynaklara, mal ve hizmetlere sınırsız miktarlarda ulaşılabilmeye durumunda iktisadın varoluşunun herhangi bir anlamı olmazdı.

İktisat, haneler, işletmeler hatta devlet de dahil olmak üzere kaynak yetersizliğinin hissedildiği her yere dağılmıştır. İktisat, genelde kaynakların sınırlı oluşunu hesaba katarak belli bir piyasada mal ve hizmet üreten ve dağıtan insanlar arasındaki ilişkiler sistemi olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, ıktisadi sorunların ortadan kalkmasına her toplum için büyük önemi vardır.

Kaynaklar kit ve sınırlı olduğundan onların alternatif olarak kullanım imkânıyla mantıklı kullanılma gerekliliği ortaya çıkıyor. Örneğin, 100.000 MKD para tutarını tasarruf eden bir adam bunu bankaya yatıracabilir ve faiz alabilir veya bu tutarı öz işletmesine yatıracabilir ve kâr sağlayabilir. Para sahibinin bu alternatiflerden birini seçmesiyle otomatik olarak diğer alternatiften yararlanma imkânını kaybedecek olup bu durum ıktisatta fırsat maliyet kavramıyla bağlantılıdır. Fırsat maliyet, kaynakların alternatif kullanımından kaynaklanan kaybolan geliri ifade ediyor.

3. İŞLETMENİN ANLAMI

3.1. İŞLETME İKTİSADİ BÜYÜME ÜZERİNE ETKİLİDİR

Piyasa ekonomisinin en önemli göstergelerinden biri bireyin kendi işletmesini kurma özgürlüğü olup bunun yanında işletme sahibinin üreteceği ürünü seçme özgürlüğü de yer almaktadır. Piyasa ekonomisindeki artış ile gelişim, ülkenin ekonomik büyüme ve gelişimini tetiklediği gibi tüm toplumun gelişimini de sağlamaktadır.

İşletmelerin büyümesi ve beraberinde ekonominin büyümesi, insanların refah düzeyinin (yaşam standardının) iyileşmesi, üretim maliyetlerinin azalması, ihracatın artması, ekonominin rekabet edebilir durumunun güçlenmesi vb. üzerine etki yapar.
İktisadi büyüme, bir ülkenin iktisadi faaliyetinin ölçüsünü teşkil eden Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GDP) aracılığıyla ölçülmektedir.

Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, bir yıl içinde ülkedede üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin toplam piyasa değerini ifade etmektedir.

Ekonomi, kaynakların kıtlığını göz önünde bulundurarak mal ve hizmetlerin üretildiği ve dağıtıldığı bir sistemi teşkil eder.

3.2. İŞLETMELER TÜKETİÞİM TETÝKLÝYOR – TÜKETÝM İŞLETMELERÝ TETÝKLÝYOR

Tüketim, ekonomideki sektörlerin (işletmeler, hanehalkı ve hükümet) farklı fiyatlar üzerinden satın alıp tüketebildikleri nihai mal ve hizmetlerin toplam miktarını göstermektedir. Tüketim, yatırım amaçlı tüketim, hanehalkın tüketimi ve kamu tüketimi olabilir.

*Yatırım amaçlı tüketim.* İşletmeler üretimde yatırım malları kullanmaktadırlar: tesisler, makineler, donanım vb. İşletmelerin bu tür harcamaları yatırım amaçlı tüketim olarak bilinmektedir. Yatırım amaçlı tüketim yoluya işletmeler ortaklaşma bağ kurmaktadır ki, bununla kendi gelişimlerini olduğu gibi topyekün ekonominin büyümesini ve gelişimini desteklemektedirler.

Buradan hareketle üretim olmadan tüketimin de olmadığı sonucuna varabiliriz, çünkü üretilmemiş olan bir şeyin tüketilmesi mümkün değildir. Diğer yandan ise tüketim olmadan üretim olmaz, çünkü yeni bir üretime başlamak için yeni hammadde ve malzemelerin tedarik edilmesi gerekiyor.

*Kamu tüketimi*. Kamu tüketimi, devletin tüketimini ifade etmektedir. Devlet, bütçe yoluyla işletmelerden mal ve hizmet satın alıyor, öyle ki onların büyümelerine ve gelişmelerine katkı sağlıyor.


3.3. *İŞLETMELER KARŞILIKLI REKABET İÇİNDE YAŞAM KOŞULLARINI İYİLEŞTİRMEKTEDIRLER*

Piyasa ekonomisinin en belirgin özelliklerinden biri rekabettir. İşletmeler, aynı veya benzer mal ve hizmet üreterek, bunları farklı koşullarda sunarak ve tüketici onların ürünlerini satın alacaklarını ümit ederek birbirleriyle rekabet etmektedirler. İşletmeler arasındaki rekabet mücadeleinden dolayı tüketici daha az ödemekte, işletmelere daha az ödemekte, işletme sahipleri ise daha büyük kâr sağlamaktadırlar.

Örneğin, dünya cep telefonu piyasasında çok sayıda üretici rekabet etmektedir. Onların rekabet mücadeleleri içinde olup cep telefonları aracılığıyla iletişim
telefonu fiyatlarını düşürmeye ve tüm alıcılar için uygun hale getirmeye, yeni, o zamana kadar bilinmedik özelliklere sahip telefonlar üretmeye, üretimde daha kaliteli malzemeler kullanmaya, farklı müşteri zevklerini karşılayabilecekleri farklı modeller arz etmeye çalışmaktadırlar.

Rekabet mücadelesinden en faydalı olanlar ise tüketicilерdir, çünkü daha kaliteli ürünler, daha ucuz fiyatlar, uzun vadeli ve güvenilir ürün kullanımı, daha iyi ödeme koşulları vb. elde etmektedirler.

Rakipler, aynı veya benzer mal ve hizmet üreten, yani ürünlerini aynı müşterilere arz eden işletmelerdir. Onlar, rekabet içinde sürekli yeni davranış biçimleri bulmaktadır. Örneğin, onlar:

- Yeni, o zamana kadar bilinmeyen ürünler sunup piyasaya yönelik ürün çeşitlerini zenginleştirmektedirler;
- Daha düşük fiyatlı mal ve hizmet sunmaktadırlar;
- Üretim maliyetlerini azaltmaktadırlar ki, bununla sınırlı kaynak tasarrufu sağlanmaktadır;
- Yeni satış yöntemleri sunmaktadırlar ki, bununla tüketicilerin ürünlerle ulaşması daha kolay hale geliyor;
- Ürünlerin işlenmesinde daha kaliteli malzemeler kullanmaktadırlar ki, bununla tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama düzeyi yüksekedir;
- Piyasanın, yani tüketicilerin taleplerini karıştırmak için hızlı tepki vermektedirler vb.

4. İşletme Ayırımı

4.1. Kamu ve Özel Sektör

Kimin kurduğu, kimin yönettiği ve kimin finanse ettiği açısından bakıldığında işletmeler kamu ve özel olarak ayrılabilir. Piyasa ekonomilerinde kamu ve özel sektör işletmeleri paralel olarak varlık göstermekte olup kamu-özel özelliği olan ve kamu-özel ortaklığı olarak bilinen işletmeler de mevcuttur.
Kamu sektörünü, devlet veya onun hükümet ajansları, bakanlık, yerel yönetim birimleri (belediye) vb. mercileri tarafından kurulan, örgütlenen ve finans edilen işletmeler oluşturur. Aynı zamanda, devlet kuruluşları kamu işletmelerinin faaliyetlerinde, yönetiminde ve çalışmasında yüksek doğru dan denetleme yetkisine sahiptirler. Kamu sektörü işletmeleri ülkenin ekonomik hayatında özel görev sahipler, çünkü kamu yararına olan mal ve hizmetlerin üretimi, satış ve dağıtımıyla ilgilenmektedirler. Kamu sektörünü temelde posta, telekomünikasyon, petrol boru hattı, gaz şebekesi, elektrik işletmeciliği, demir yolları, su sistemi, havaalanı, gemi limanları vb. gibi büyük ekonomik alt yapılı işletmeleri oluşturur.

**Ek bilgi!**

Devlet, cadde ve yol yapımı, finansman ve bakımla ilgilenen işletmeler, gaz boru hattı ve petrol boru hattı gibi enerji taşımacılığı yapan işletmeler, elektrik enerjisi üreten işletmeler vb. kurmaktadır.

Kamu özelliği olan işletmelere stratejik önemi olan ekonomi dallarında da rastlanmaktadır. Örneğin, savaş donanımı ve teknikleri üretmek.

Büyük miktarda sermaye kaynakları yatırıma gereksinimin den, işletmenin düşük kârlılık oranından veya yatırılan varlıkların geri dönmesindeki uzun dönemde dolayı özel işletmeler bu tür işletmelere yatırım yapmaya ilgi duymamaktadır.

**Özel sektörü**, özel girişim sonucu olarak kurulan ve organize edilen işletmeler oluşturmakta olup bunların temel direğini özel mülkiyet oluşturmaktadır. Üretim faktörlerine sahip olmak iş
İşletme sahibine bunları özgürce kullanma ve ilginin duyulduğu veya kârın olduğu alanlara yönlendirme özgürlüğü vermektedir. Özel mülkiyetin, yani şahsi toprağın, tesislerin, parasal varlıkların vb. nasıl kullanılacağına ilişkin karar verme özgürlüğü her piyasa ekonomisinin önemli bir parçasını teşkil etmektedir.

İşletmenin normal yürütüleceği koşulların sağlanması için devlet tarafından özel mülkiyet hakkının tanınması ve korunması kaçınılmazdır.

Büyük ya da küçük sermayeli işletmenin söz konusu olduğuna bakılmaksızın, özel sektör işletmeleri her piyasa ekonomisinin temel özelliğini teşkil etmektedir. Özel sektör, her ülkede ekonomik büyüme ve gelişimin bağlı olduğu ekonomik faaliyetin taşıyıcısıdır. Bu işletmeler kâr sağlama imkanlarının olduğu yerlerde dağılmışlardır.

4.2. BİRİNCİL, İKİNCİL VE ÜÇÜNCÜL SEKTÖR

İşletmeler, hammadde düzeyi ve işleme biçimi ile gerçekleştirdikleri işin doğası bakımından birincil (primar), ikincil (sektör) ve üçüncül (tersier) sektör işletmeleri olarak ayrılabılır.

Birincil sektör, hammaddeyi doğadan çikarma ve bir sonraki işlem için hazırlama sürecine yönelik olan işletmeleri kapsamaktadır. Hazırlanan malzeme ondan sonra ikincil sektör işletmelerine teslim edilmektedir. Madenler, petrol işletmeleri, orman işletmeleri, tarım işletmeleri vb. bölümdedir.

İkincil sektör, işleme, tekrar işleme, şekillendirme ve hammadde (hammadde ve malzemeler) sonraki üretimi için uygun hale getirilmesi veya nihai tüketicilere yönelik olan hazırlık yapmayı kapsar.

Özel sektör işletmeleri her piyasa ekonomisinin temel özelliğini oluşturuyor.
ürün haline getirilmesiyle ilgilenen işletmelere ilişkidir. Burada gıda işleme ve üretme işletmeleri, kimyasal ürün fabrikaları, ev aletleri fabrikaları vb. dahildir.


![İşletmelerin Sektörel Ayrımı](image)

**Ek bilgi!**

İşletme faaliyetlerinin birincil, ikincil ve üçüncü sektörne dağılmış olduğu ve her üç aşamada eşit düzeyde iyi faaliyet gösteren çok sayıda işletme vardır.

Örneğin, British Gas şirketi gazın yeraltından çıkarılması, işlenmesi ve gaz tesisatı aracılığıyla nihai ürün olarak gazın hanedalkına ve işletmelere ulaştırılması ile ilgilenmektedir. Bu şirket aynı zamanda, gaz hatlarının sürekli servis ve bakımını da sağlamaktadır.
4.3. ÜRETİM – SANAYİ SEKTÖRÜ VE TİCARET

Maddi malların üretimi veya mal ve hizmetlerin temini ve satışa ilgilendiklerine bağlı olarak işletmeler iki kategoriye ayrılabılır: üretim-sanayi sektörü işletmeleri ve ticari işletmeler.

Sanayi, mekanik, kimyasal ve termal üretim ile bitkisel, hayvansal, mineral ve sentetik kaynaklı hammadde ve malzeme işleme faaliyetiyle ilgilenen işletmeler temsil etmektedir. Onların üretimlerinin nihai sonucu fiziki ürünlerdir. Bu işletmeler malzemeyi yarı mamül olarak şekillendirmektedirler ki, bunlar daha sonra hammadde ve malzemeler olarak diğer işletmeler tarafından işlenmişleder. Bunlar aynı zamanda, tüm üretim süreçlerini geçmiş nihai tüketime yönelik olan hazır ürünler de üretmektedirler.

Sanayi sektörü işletmelerinin en karakteristik özelliği, büyük miktarlarda ürün üretmek için çok farklı teknik-teknolojik donanım kullanmaları ve üretim süreçleri uygulamalarıdır.

Ticaret sektöründeki işletmeler nihai tüketici için hazırlık ürün alım ve satımı faaliyetini gerçekleştirmektedirler. Sanayi sektöründeki farklı olarak ticaret işletmeleri herhangi bir fiziki ürün oluştururlar. Fakat, bu durum onların ülkenin ekonomik hayatı açısından daha önemsz olduklarını anlamına gelmez. Aksine, ticaret sektörü işletmeleri şunları sağlamaktadır: birinci, sanayi sektörü işletmelerine yeni üretim başlamaları için kaçınılmaz olan parasal kaynaklara daha hızlı ulaşmalarını ve ikinci, insanlara ve diğer işletmelere aradıkları ürünler kolayca bulmalılarını sağlamaktadırlar.
**Ek bilgi!**

Makedonya Cumhuriyeti’ndeki mevcut faaliyet sınıflandırmasına göre ülkemizdeki toplam ekonomik faaliyetler şöyle ayrılmışlardır:

1. Tarım, avcılık ve ormançılık;
2. Balıkçılık;
3. Madencilik ve taş çarkarma;
4. İşleme sanayii;
5. Elektrik enerjisi, gaz ve su tedariki;
6. İnşaat;
7. Toptan ve perakende ticaret, motorlu araç, motosiklet ve şahsi kullanma aletlerin tamiri;
8. Hoteller ve lokantalar;
9. Ulaşım, depolama ve iletişim;
10. Mali aracılık;
11. Kiralamak ve ticari irtibatlar;
12. Kamu idaresi ve savunma, zorunlu sosyal güvendeşik;
13. Eğitim;
14. Sağlık ve sosyal güvendeşik;
15. Başka mahalli, kültürel, genel ve şahsi faaliyetler;
16. Çalışanları olan kişisel haneler;
17. Dokunulmazlığı olan örgüt ve kuruluşlar.

*Faaliyet sınıflandırması*

5. **BÜYÜK VE KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN ÖZELLİKLERİ**

5.1. **İŞLETMENİN BÜYÜKLÜĞÜ**

Kuaför salonu, pastane, kasap ve bunlara benzer işletmelerin küçük, fabrikalar, telekomünikasyon işletmeleri, bankalar vb.

1 Kaynak: *Makedonya Cumhuriyeti’nin Resmi Gazetesi no. 9/2006 – Faaliyetlerin milli sınıflandırılması için karar – MKD/ref.1*
işletmelerin de büyük ölçekli olduğu açıktır. Büyük işletmeler şu özelliklere sahip olan işletmeler olarak görülmektedir:
- Büyük yıllık kazanç sağlamaktadır;
- Çok sayıda çalışanları vardır;
- Üretim süreçleri karmaşık ve otomatikleşmiştir;
- Büyük üretim kapasitesine sahiptirler;
- Büyük bir piyasaı kapsamaktadırlar;
- Karmaşık ve spesifik ürünleri üretmektedirler;
- Büyük kâr elde etmektedirler;
- İhracat-ithalat işleriyle ilgilenmektedirler vb.

Diğer işletmeler çalışma mekânları ve tesislerinin büyüklüğüne, gerçekleştirdikleri faaliyete, çalışan sayısıına, sahip oldukları sermayenin büyüklüğune, gerçekleştirdikleri gelire ve kâra vb. göre orta ve küçük olarak değerlendirilebilirler.

Ancak, bazı işletmeleri büyük diğerlerini ise küçük yapan şey nedir? Büyük ve küçük ölçekli işletme sınırı nerededir?


---
2 Б. Шуклев – „Менащменд”, Економски факултет, Џкопје 1998 (стр. 375)
analiz etme gereksinimi, işletmelerin büyüklük bakımından ayırt edilmelerini gerekli kılmaktadır.

İşletme büyüklüğünü belirleme sırasında hatalı sonuçlara varmamak için ayırmanın analizin amacına uygun olarak çok sayıda kriter ve gösterge açısından yapılması gerekmektedir.

**Ek bilgi!**

Çok sayıda insan bireysel şirket olarak küçük işletme kurmaktadır. İşletmenin başarılı olması halinde işletme sahibi iş genişletmek için ek kaynak arayabilir. İyi bir organizasyon ve sahiplerin büyük çabalarıyla desteklenmiş olan küçük işletmelerin büyük işletmelere dönüşmeye başladığı örneklerde sıkça rastlanmaktadır. Örneğin, Microsoft, McDonalds, Levis, Mercedes gibi günümüzün büyük işletmeleri bir zamanlar kendi kurucuları olan sırasıyla Bill Gates, Ray Croft, Levi Strauss, Daimler-Benz tarafından küçük işletme olarak kurulmuşlardır.

5.2. **BÜYÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI**

Büyük işletmeler her ülkenin ekonomik büyümesinde ve gelişmesinde önemli role sahiptir, çünkü onlar bir ülkedeki ekonomik faaliyetlerin esas yüklenicisi ve taşıyıcı güçdür.

Bir ülkedeki ithalat ve ihracat miktarları yüksek oranda büyük işletmelere bağlıdır. Bunlar, döviz girişi ve çıkışı sağlayan büyük ödemelerle de bağlıdır.

Büyük işletmeler, iş hacminin büyük olması dolayısıyla önemli sayıda çalışan istihdam etmekte olup bu durum her ekonominin istihdam düzeyi üzerinde etkilidir. Büyük işletmelerin bu özelliği işletmelerin açılması sırasında kısa vadede çok sayıda çalışanın istihdam edilmesi ile ortaya çıkmakta ve aksine büyük işletmeler kapandığında çok sayıda işçi işsiz kalmaktadır. Bu durumda işsizlik hızla büyümektedir.
Genelde büyük işletmeler bellii ekonomik sektör ve alanlarda bütünleştirici rol oynamaktadırlar. Öyleki, çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmelerle işbirliği ve ortaklık kurmaktadır. Onlar şahsi ihtiyaçları için küçük ve orta ölçekli işletmeleri nihai ürün üretimine veya yüksek maliyetlerinden ya da ürünün basıtlığınden dolayı üretmeye ilgi duymadıkları ürünlerin üretimine dahil etmektedirler. Örneğin, Mercedes-Benz otomobil üretiminde üretim programının gerçekleştirilmesi için 15.000 civarında küçük işletme taşeron olarak katılmaktadır.3

Büyük işletmelerin avantajları şunlardır:


2. En gelişmiş teknik donanma sahiptirler. Büyük işletmeler sürekli olarak modernleştirilir ve geliştirilir. Onlar kendi geliştirmeleri ve teknik-teknolojik gelişimleri konusunda neredeyse her zaman parasal kaynak ayırma olanağına sahiptirler.

3. Dağıtılmış bir yönetim ve sorumluluk ağına sahiptirler. İş faaliyetlerinin çok olmasından dolayı büyük işletmeler yüksek uzmanlık becerilerine sahip olan çalışanlar ve yöneticilere ihtiyaç duyarak hizmet vermektedirler. Her yönetici ve çalışanın tam olarak belirlenmiş çalışma görevi ve onun yerine getirilmesine ilişkin uygun sorumluluğu vardır.


5. Sahip oldukları ekonomik güçten dolayı büyük işletmeler, genelde daha büyük piyasa alanına dağılmış ve daha geniş yurt içi ve yurt dışı piyasasının ihtiyaç ve taleplerini karşılayabilmektedirler.

---

3 Т. Фити, В. Х. Василева-Марковска – Преизпремничеството и предприемачки менаџмент, Скопје 1994 (стр. 109)
Büyük işletmelerin dezavantajları şunlardır:
1. Faaliyetlerin çokluğu ve karmaşıklığından dolayı büyük işletmeler genelde organizasyonel sorun ve zorluklarla karşılaşılmaktadır.
2. Çalışanlar üzerindeki denetim daha düşüktür.
3. Büyük işletmelerde bireyin şahsi girişimi kaybolmaktadır.
4. Devletin öngörüdüğü vergi yükümlülükleri küçük işletmelere kıyasla büyük işletmeler için daha büyütür vb.

5.3. Küçük Ölçekli İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları

Küçük üretim işletmeleri gibi hizmetler sektöründeki işletmeler de her zamandan piyasa ekonomilerinin tipik ekonomik kurumları olmuşlardır. Piyasa ekonomisi, özel mülkiyet ve özel girişim özgürlüğü küçük işletme faaliyetlerinin en doğal çevre faktörüdür.4


4 T. Fiti, V. Х. Василиева-Марковска – Претприемништвото и претприемничкиот менаџмент, Скопје 1994 (стр. 103)
Küçük işletmeler, yeterince gelişmemiş alanların gelişimi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptirler. Göreceli olarak küçük yatırımlar ve uzman iş gücüne duyarın küçük gereksinim böyle bölgelerin gelişmesi için yeterli teşvik edici koşul sağlamaktadır.

Küçük ölçekli işletmenin avantajları şunlardır:
2. Küçük işletmelerin bir diğer avantajı kolayca işe başlama, yani belirgin zorluklar olmaksızın kaydını yapma olanağıdır. Bu konuda piyasaya bağlı ve ya kuruluşsal olarak önemli engeller yoktur.
4. İşletme sahibinin genelde işletme yöneticisi de olduğu göz önünde bulundurulursa, karar verme sürecinin hızlı ve basit olduğu söylenebilir.
5. Büyük işletmelerde kıyaslamanın küçük işletmelerin hacim bakımında daha düşük vergi yükümlülükleri vardır.

Küçük ölçekli işletmelerin dezavantajları şunlardır:
1. Küçük işletmeler parsal kaynak sağlama konusunda zorluklarla karşılaşmaktaadırlar. İşletme sahibinin işe başlamak için sağlanması gereken para miktarı kısıtlı ve iş fikrini gerçekleştirmeye yönelik gereksinimler bakımından genelde yetersizdir.

5 Б. Шуклев – „Менаџмент“, Економски факултет, Скопје 1998 (стр. 384)


6. KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN FAALİYET ALANLARI

6.1. TİCARETTE KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER

Küçük işletmelerin en önemli özelliklerinden biri olarak tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda uyum sağlama özellikle ticaret sektöründe belirgindir. Küçük işletmeler, vatandaşlara ve işletmelere hanehalkı tüketimi ve yatırım amaçlı tüketim için mallar tedarik etme konusunda oldukça aktiftirler. Piyasa özelliği olan ekonomilerdeki mevcut işletmelerin neredeyse %90’ı esas faaliyeti ticaret olan işletmeler olarak kurulmuştur. Bu durum toptan ve perakende satışa ilgilenen büyük işletmelerin süpermarket yerlerini hızlı değiştirme veya büyük üretici işletmelerin şahsi ticari mağazalar ağı açma konusundaki yetenekszilikleri ve yavaşlıklarına bağlıdır.

Dolayısıyla hiçbir tüketicilere yakınlaşma veya sunulan ürünlerin fiyatlarını uyumlaştırmayı küçük ticari işletmeler kadar hızlı yapamaz. Onlar, müşterilere en yakın yerlerde ortaya çıkartan ve hem insanların hem de işletmelerin her günlük yaşamı ve çalışması için kaçınılmaz olan ürünleri sunmaktadır.
6.2. TARIM VE İŞLEME SANAYİİNDE KÜÇÜK ÖLÇEKLI İŞLETMELER


Tarımda olduğu gibi küçük işletmeler sanayi sektöründeki büyük işletmeler için ürün temin etmektedirler. Büyük işletmelerin ürettiği bileşik bir ürünün belli parçalarının üretileme işinin küçük işletmelere “verildiği” durumlara sıkça rastlanmaktadır. Onlar bileşik yapılu ürünün üretiminin herhangi bir aşamasına veya onun sadece bir parçasının üretilmesinde taşeron olarak
katılıyorlar. Büyük ve küçük işletmeler arasındaki işbirliğinin etkileri iki tarafındandır. Bir yandan büyük işletmeler ortalama mal-liyetleri düşürebilir ve üretkenliği artırmakta diğer yandan ise küçük işletmeler ürünlerinin plasmanını, kazanç ve kâr sağlayarak if-las etme riskini azaltmaktadırlar.

6.3. KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER VE HİZMETLER


Bireysel sağlık ve vücut güzelliği insanların sürekli ilgi odaklıdır. Televizyonun, filmlerin ve moda dergilerinin çıkmasıyla çok sayıda aerobik ve fitness kulüplerinin, kozmetik salonlarının, güzellik salonlarının vb. ortaya çıkması için piyasa imkânları oluşturulmuştur.

Yeni evli çiftlerin yaşadığı yerlerde kendi-leri iş yerinde olduklarını süre zarfında çocukları-ni bırakabilecekleri özel yuvaları sayısı gittikçe artmaktadır.
Yabancı dil öğrenmeye olan ilginin ve ihtiyacın devamlı artması, ders verebilecek çok sayıda kişi için önemli bir sinyaldir. Onlar, yabancı dillerin çocuklara ve yetişkinlere okutulduğu mini yabancı dil okulları kurmaktadırlar.

7. KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMENİN BAŞARISIZLİK NEDENLERİ

İşletmenin kapanması ve faaliyetin durdurulmasına sonuçlanabilecek olan küçük ölçekli işletmenin başarısızlığı söz konusu olduğunda genelde iki grup sebep ön plana çıkmaktadır: ekonomik ve mali.

Küçük ölçekli işletmelerin karşıkarşıya kaldıkları başarısızlığın ekonomik nedenleri çok ve farklı olup bunların arasında en büyük önem taşıyanlar şunlardır:

Küçük kazanç/ kâr. Şirket kurmanın ve iş yapmanın temel nedeni kâr elde etmektir. Buradan hareketle, küçük ölçekli işletmenin kapanması için temel neden de düşük kazanç/ kârdır. Çalışması sırasında kâr elde etme ve giderleri karşılayabilme durumunda olamadığı zaman küçük ölçekli işletme batma noktasına geliyor. Bu durumda daha yüksek kâr elde etmeye motive olmuş olan işletme sahibi, kolayca mevcut işletmesini kapatma kararını alabilir ve öz sermayesini daha yüksek kâr elde edebileceği faaliyetlere yönlendirebilir.

Yanlış yerleşim yeri. İşletme kurma planı yapıldığında özellikle ticaret ve sanayi alanlarında yerleşim yeri konusu oldukça önemlidir. Seçilen yerleşim yerinin uygun olup olması, insan dolaşımı, tedarik merkezlerinin yakınlığı, ulaşım yollarının olması, park alanları, mikro alanda tesislerin uygun konumu vb. talepler karşılanması gerekmektedir.

Bu unsurlardan herhangi birinin göz ardı edilmesi küçük işletme sahibinin çalışması sırasında büyük zorluklar yaratabilir.

Yanlış stok yönetim. Stok, depoda tutulan/muhafaza edilen nihai ürün veya hammadde miktarını ifade etmektedir.


Uygun olmayan satış. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tanıma imkânının olmaması tüketici lere uygun olmayan mal ve hizmetlerin arz edilmediğinde işletmenin mevcudiyeti tehlikeye girer. Eğer rakipler göz ardı edilir ve rekabet etkisini azaltmaya yönelik faaliyetler üstlenilmezse, piyasanın tamamen rakiplere bırakılması tehlikesi mümkün olup bu durum kârın adım adım azalması ve işletmenin kapanmasıyla sonuçlanabilir.


Yüksek maliyetler. İşletme faaliyeti yürütme sırasında maliyetlerin yükselmesi ve düşürme imkânının olmaması daha düşük kâr sağlama neden olup küçük ölçekli işletmenin mevcudiyet sorusunu da gündemde getirmektedir.

Küçük işletmenin ikinci başarısızlık nedenleri grubu ise mali nedenlerdir. Şunlar en büyük öneme sahiptirler:

Yetersiz parasal varlıklar. Küçük işletmeler neredeyse her zaman mali varlık yetersizliği ile karşı karşıya kalmaktadırlar.

Küçük işletmenin temel mali varlık kaynağı öz parasal varlıklar olup bunlar genelde küçük ve iş fikrini gerçekleştirmeye yetersizdir. Bankadan alınabilecek parasal varlıklar ulaşılamayın olağanı kısıtlıdır, çünkü küçük işletmelerin bu kaynağı ulaşması zorlaştıran çok sayıda engel vardır. Bankalar ve diğer mali
kuruluşlar, varlıkların geri ödengmesi konusunda küçük işletmelere yüksek oranda güvensiz olarak bakmaktadır.

_Hükümete olan borç._ Devlette karşı olan vergi borcu küçük işletmeler açısından ek mali zorluk oluşturduğuundan büyük sorun teşkil edebilirler.

_Tahsil etme sırasında zorluklar._ Küçük işletmelerin düşük oranlı varlıklara ve istikrarsız mali kaynaklara sahip olması göz önünde bulundurulduğunda satılan malın veya gerçekleştirilen hizmet karşılığının tahsil edilememesi küçük işletmenin ilerdeki faaliyetlerini zora sokan bir durum demektir.

---

**ANAHTAR KAVRAMLAR:**

İŞLETME  
ÜRETİM FAKTÖRLERİ  
KÂR  
EKONOMİ  
FİRSAT MALİYET  
GAYRİ SAFİ YURT İÇİ HASILA  
REKABET  
YATIRIM AMAÇLI TÜKETİM  
HANEHALKI TÜKETİMİ  
KAMU TÜKETİMİ  
BÜYÜK ÖLÇEKLI İŞLETME  
KÜÇÜK ÖLÇEKLI İŞLETME

---

**SONUÇ 1**

Üretim, satış yöntemleri ve farklı değişim biçimleri piyasa ekonomisini oluşturmaktadır.

Fırsat maliyet, alternatif kaynak kullanımından kaynaklanan kaybolan geliri ifade etmektedir.

 İşletme yürütme, üretim faktörlerin kâr elde etme amacıyla organize edilmesi ve kombine edilmesidir. İşletmenin gelişimi insanın özgürlüğüne ve başarı güdüsüne bağlıdır. İşletmenin var olması için kârın olması gerekir.
Küçük işletme piyasa ekonomisi çerçevesinde büyük öneme sahiptir, çünkü büyük bir istihdam, yani işsizliği azaltma olanağı sunmaktadır.

Küçük işletme, büyük işletmelerin karşılamaya yetenekli olmadikları özel piyasa-ların taleplerini karşılama yeteneğine sahiptirler.

Küçük işletmeler, çevrede oluşan değişikliklere uyum sağlama konusunda büyük gücü sahiptirler.

Küçük işletme, insanların girişimci yeteneklerinin gelişmesine imkan vermektedir.

Hangi işletmenin küçük hangi işletmenin ise büyük olduğunu ilişkin yanlış bir değerlendirmeye mahal vermemek için ulaşılmak istenen amaca bağlı olarak farklı kri-terler kullanılmaktadır.

Kolay uyum sağlamasından dolayı küçük işletmeler geniş faaliyet alanına sahiptirler. Bu işletme türü tüketici ihtiyaçlarını tanına ve yeni üretim yöntemleri uygulama yoluyla ekonominin tüm bölümlerine yayılmaktadır.

Tartışmaya yönelik sorular:

1. Ekonomi kavramı ne ifade etmektedir?
2. Tanımdaki unsurlardan hereketle işletme kavramını açıklaka?
3. İşletmenin nasıl kâr sağladığıni açıklaka?
4. Tüketim nedir ve nasıl olabilir?
5. Hangi işletmelerin özel sektörü oluşturduğuunu say!
6. Birincil, ikincil ve üçüncü sektör re nelerin düştüğünü belirt!
7. Hangi işletmeler üretim-sanayi işletmeler olarak değerlendirilmektedir?
8. Küçük ve büyük işletme arasındaki fark nedir?
9. Büyük işletmenin avantaj ve dezavantajları nelerdir?
10. Küçük işletmenin avantaj ve dezavantajları nelerdir?
11. Küçük ölçekli işletmelerin faaliyet alanlarını belirt ve açıklaka!
12. Ortaklık kavramını açıklaka ve bir örnek ver!
KONUNUN İÇERİĞİ:
Çevre Kavramı
Çevre Sınıflandırması
Dahili Çevre
Harici Çevre
   Genel Çevre
   Özel (İş) Çevre
Çevrenin İşletme Açışından Önemi

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- işletme çevresini tanımlamak ve açıklamak;
- çevre faktörlerini sınıflandırmak;
- dahili çevreyi algılamak;
- harici çevrenin etkisini değerlendirmek;
- özel çevreyi fark edebilmek;
- rekabeti algılamak;
- iş çevresi ayırımı yapmak ve onun etkisini anlamak.
1. ÇEVRE KAVRAMI

Çevre(leme) kelimesi, işletmenin dışında bulunan ancak işletmenin çalışması üzerinde potansiyel etkiye sahip olan faktörleri ve koşulları işaret etmektedir. Çevresinden bağımsız şekilde var olabilen bir işletme (şirket) yoktur. Açık bir sistem olarak işletme, her şeyden önce çevre kaynaklarını kullanmaktadır. Aslında, işletmenin varlığını sürdürmesi ve gelişimi çevrenin özelliklerine bağlıdır. Bunun için işletme faaliyeti yürütme sırasında bu faaliyetler üzerinde önemli etkiye sahip olan çevre faktörlerini algılamak ve tespit etmek çok önemlidir.


Ek bilgi!

Çevre engin bir deniz, işletme ise bu denizin yüzeyinde yüzden bir gemi olarak algılanabilir. Şiddetli rüzgar, kötü hava koşulları, yön kaybı vb. geminin varlığını için önemli tehlikelerdir (tehditler). Fakat, denizde bulunan ve avlanabilecek olan büyük balıklar da aynı çevrenin sunduğu zenginlik sağlama fırsatlarıdır. Denizde verimli bir av ve güvenli bir seyir sağlamak için çağdaş ve iyi donanımlı bir gemiyle seyretmek ve teknik donanımlı ve tecrübeli bir ekipli çalışmak zorunludur.
İşletmenin başarısı veya başarısızlığı dış ve iç etkenlerin bir neticesidir. Öyleki, dış etkenler fırsatları (şansları) ve tehditleri belirlerse, iç etkenler de işletmenin avantaj ve dezavantajlarını belirler.

Eğer bir işletme başarılı olmak isterse avantajlarını (önceliklerini) tetiklemek, dezavantajlarını ve zayıf yönlerini ise tespit edip bertaraf etmeliidir.

2. ÇEVRE SINIFLANDIRMASI

Diş (harici) çevrede dış çevre farklı biçimlerde sınıflandırılabilir. Diş çevrenin olası sınıflandırmalarından biri genel ve özel çevre ayırmıdır.

a) Genel dış çevrede işletmenin dışında olan ekonomik, siyasi, toplumsal, teknolojik, sosyo-kültürel hatta doğa olaylarını bile dahileden tüm etkenleri içermektedir. Bu koşullar (faktörler) objektif olarak verilmiştir. İşletme bunlar üzerinde etkili olmaz, sadece bunlara uyum sağlayabilir.

b) Özel çevrede dış çevrenin bir kısmını teşkil etmektedir. Bu, işletme amaçlarının gerçekleşme üzerinde doğrudan etki edebilirken işletmenin başarısında olumlu veya olumsuz etkilerdir. Özel çevre, her işletme için farklı olan tek çevredir. Bu çevre genelde tedarikçileri, tüketiciyi ve rakipleri kapsamaktadır.

Yöneticilerin dikkati temelde bu çevreye yönelmiştir. Genel ve özel çevre dış (harici) çevre olarak adlandırılmaktadır.

İç (dahili) çevrede işletme çerçevesinde yer alan unsurları (faktörleri) içermektedir. Bu çevreyi çalışanlar, üretim teknolojisi, bireysel ürünlerin cazibesi, yerleşim vb. oluşturmaktedir. Bu faktörler, işletmenin rekabet karşısında avantaj ve dezavantajlarını belirlemektedir.

Çalışma çevresi, işletme çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkidir. Bu çevreye, fiziksel ve zihinsel olabilir.
Fiziksel çevreyi çalışmașın fiziksel koşulları oluşturmaktadır.

Zihinsel çevrel, asında yöneticilerin diğer çalışanlarla birlikte oluşturdukları çalışma ortamıdır.

a) **Fiziksel çevrel**, iş yerindeki sıcaklık, gürültü, ışık, havalandırma, çalışma yöntemleri vb. çalışmaların fiziksel koşullarından oluşmaktadır. Çalışmanın gerekliliklerine uygun bir fiziksel çevrel oluşturmak için bu unsurların optimum ölçülerde kullanılmış olması gerekmektedir.

b) **Zihinsel çevrel**, yöneticilerin diğer çalışanlarla birlikte oluşturdukları çalışma ortamı olup işletmenin başarısında pahalı bir değeri vardır. Bu çevrel faktörü çalışanları memnuniyet ve ilgisini artırmaktadır. Yöneticiler, insanlara destek vererek ve güvenlerini göstererek işe karşı olumlu bir tutumun ortaya çıkmasına katkı sağlamalıdır. Uygun olmayan zihinsel çevreden dolayı bazı çalışanlar işletmeye terk edebilir veya görevlerini ifasında yeteri kadar katkı sağlamaktaşırlar.

---

1 Б. Шуклев – „Менаџмент“, Економски факултет, Скопје, 1998, стр. 104
3. DAHİLİ ÇEVRE

Dahili (iç) çevrede, iç özellikli yani işletmenin iç faktörlerini kapsamaktadır. Bu faktörler işletmenin iş faaliyetlerini yürütümesi sırasında karşılaştığı avantaj ve dezavantajları ifade etmektedir.


İşletmenin dahili çevresini girdiler, yani üretim faktörlerini oluşturmakta ki rekabet önceliği kazanmasında insan sermayesi de büyük önem taşımaktadır.

Girdiler, işletme üretimine giren değerlerdir. Onlar, işletmenin rekabet yeteneğini sürdürebilmesinin temel ve önemli kaynağıdır. İşletmenin hedeflerine ulaşması diğer faktörlerle birlikte girdilere bağlıdır.

İşletmede girdiler (üretim faktörleri) doğal kaynaklar, insan (beşeri) kaynaklar ve sermaye olarak ayrılabilirler.

a) **Doğal kaynaklar**, madenler, mineraller, ağaç, su, güneş ve hava gibi doğanın değişmemiş parçalarıdır.

b) **İnsan kaynakları**, insanların mal ve hizmet oluşturmak için kullandıkları fiziksel ve zihinsel yetenekleridir.

c) **Sermaye** kaynaklarına insanların başka mal ve hizmet üretiminde kullanmak amacıyla oluşturmuş oldukları tesisler, makineler, aletler ve donanım girmektedir.

Girdiler, göründen ve görünmemeyen olarak da sınıflandırılabilirler.
a) Görünen girdiler işletme çalışanlarının, makinelerin, aletlerin, yatırımların, maddi, mali ve diğer varlıkların sayısına ilşikin olup sayılabilen, ölçülebilen ve dokunulabilen değerlerdir. Görünen girdiler (üretim faktörleri) işletmenin rekabet edebilme yeteneğine hangi düzeyde katkı sağlayabileceğini tespit edebilmek için her işletmede değerlerini iyice anlamak gerekir. Son zamanlarda ise görünmeyen girdiler rekabet etme önceliği elde etme bakımından oldukça büyük önem arz etmeye başladı.

b) Görünmeyen girdiler, ölçülemez, dokunulamaz ve kolayca farkedilemez olup işletmenin varlık haklarına ve çalışanların kişisel becerilerine ilişkindir. Varlık haklarına patent hakkı, lisans hakkı, telîf hakkı, ticari marka, kayıtlı tasarım vb. girmektedir. Çalışanların kişisel becerilerine ise kendi bilgi ve becerileri, yetenekleri, tecrübesi, kültürü, örgütsel yetenekleri vb. girmektedir.

İnsan (Beşeri) sermayesi, işletmenin rekabet önçülüğünü kazanması bakımından özel bir önem sahiptir. Bu, işletmenin önemli bir görünmeyen “varlığını” teşkil etmektedir. Beşeri sermaye, insanların üretim bilgileri, becerileri ve yeteneklerinden oluşan bir bütünü ifade etmektedir.

İşletmenin rekabet edebilme önceliğinin temeli, çalışanların ve yöneticilerin bilgileri ile her iki tarafın belirlenen görevleri gerçekleştirilmeye hazır olmalarıdır. Bunun için çalışanların yeni bilgi, beceri ve yetenekleri elde etme ve geliştirme hızları işletmenin rekabet mücadelenin kilit faktörü olmamaktadır.

4. HARİÇİ ÇEVRE

Kelimenin geniş anlamında harici (diş) çevre, sonsuz olup işletme dışında olan ve işletme üzerinde potansiyel etkiye sahip olan her şeyi içermektedir. Bu çevreyi genel harici ve özel harici çevre olarak ikiye ayırabiliriz (başka bir deyisle iş çevresi). İşletme...
İçin dış etken oluşturan her şey aslında öngörülemez olup işletmenin çalışmalarına şu şekillerde yansıabilir:

a) fırsatlar, şanslar;
b) tehditler, tehlikeler.

- zamanında tespit etmek;
- etkilerinden tamamen kaçınmak veya
- “darbeleri” amortize etmek gerekir.2

4.1. GENEL ÇEVRE

Genel çevre, harici çevrenin bir parçası olup işletmenin çalışması üzerinde dolaylı etkiye sahip olan faktörlerden oluşmaktadır. Bu çevre türü ekonomideki tüm işletmeler üzerinde etkilidir. İşletmeler, bu çevreyi oluşturan faktörler üzerinde etkili olamaz ancak, değişiklikleri takip edip onlara uyum sağlamaya çalışmalıdır. Buraya şu faktör grupları dahildir: ekonomik (iktisadi), teknolojik, hukuki (yasal), siyasi, demografik, sosyo-kültürel ve doğanın etkisi.

- **Teknolojik faktörler**, işletmeler için fırsat ve kısıtlamalar oluşturan bilimsel ve teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri içermektedirler. Yeni bilişim fırsatları, lazer teknolojisi, uydu ağıları, optik kollar,
robotbilimin ve otomatiğin vb. ortaya çıkması ve kullanılması işletmenin başarısı üzerinde güçlü bir etkiye sahip olabilir. Teknolojik değişimler işletmede kullanıldıkları takdirde yeni rekabet edebilme avantajları sağlayabilir ve kârlılığı artırabilirler.

- **Hukuki faktörler**, işletmelerin çalışmalarında fırsat ve kısıtlamalar sağlayan kanun ve düzenlemelerden oluşmaktadır. Bunlar hukuk sistemin özelliğine ve hükümetin yasal düzenlemelerine ilişkin (örneğin: Vergi Kanunu; İş Hukuku vb.). Kanun ve düzenlemeler değiştiği ve işletmelerin bunlara uygun hareket etmeleri gerektiğinden dolayı bunları takip etmek ve incelemek kaçınılmazdır.

**Ek bilgi!**

Eğer hükümet ithalat yasağı veya belli ürünlerin ithalatını sırasında uygulanan gümrük vergilerinde artış uygulama kanunu getirirse, söz konusu ürünler üretten yerli işletmeler için bu mümkün olduğunca çok ürün satma fırsat (uygun bir şans) teşkil edecektir. Bunun aksine, eğer hükümet sıvı yağ piyasasına mal yedeklerinden daha düşük bir fiyatla müdahale etmeye karar verirse, bu sıvı yağ üreticileri ve tüccarları için tehdit (tehlike) teşkil edecektir.

- **Siyasi faktörler**, genelde işletmeler için fırsat veya kısıtlamalar sağlayan siyasi güç dağılımasına ilişkilidir. Her hükümet ve özellikle iktidar daki siyasi parti değişikliği çevrenin değişmesi ve tehdit ve şansların oluşması anlamına gelmektedir.


- **Sosyo-kültürel faktörler**, işletmeler için fırsat veya kısıtlamalar sağlayan toplum içindeki insanların tutumları, değerleri, anlayışlarına ve beklentilerine ilişkilidir (örneğin: yaşam tarzı, gelenek, tüketici psikolojisi vb.).
- *Doğal etkenler*, en öngörülemez etkiye sahiptir. Çevrenin bu kısmı tarım üretiminde, türizm ve hotelcilikte vb. özel bir öneme sahiptir.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ek bilgi!</th>
</tr>
</thead>
</table>

Eğer ülkede sigara tüketimine karşı bir kampanya yürütülürse ve sigara kullanımını ve reklamlarını yasaklayıcı kanunlar getirilirse, o zaman bu durum sigara üretimi ve ticareti ile uğraşan işletmelerin çalışmalarına olumsuz yönde etki edecektir.

Sosyal tutumlar hızlı değişmektedir öyle ki, bunların etkisi farklı giyim tarzları, kitap okuma vb. üzerinden açığa vurulmaktadır ki, bu durum bazı işletmeler için fırsat bazılar için de tehdit oluşturmaktadır.

**4.2. ÖZEL ÇEVRE (İŞ ÇEVRESİ)**

Bu çevreyi oluşturan faktörler işletmenin çalışma organizaciónyonu üzerinde doğrudan etkiye sahiptirler. Buraya alıcılar, tedarikçiler ve rakipler girmektedir. Bu faktörlerin işletmenin çalışma-sı üzerindeki etkisi şu şekilde yansıır:

a) fırsatlar, yani uygun imkânlar ve

b) tehditler, yani tehlikeler.

**Alıcılar**, yani tüketici işletmeden mal veya hizmet talep eden insanlar ve çevredeki işletmelerdir. Öğrenci, tüketiciler işletmeden mal veya hizmet talep eden insanlar ve çevredeki işletmelerdir. Onlar işletmenin çalışma başarısı üzerinde doğrudan etkilidirler, çünkü alıcı (müşteri) saygı-sının artmasıyla işletmenin ürünlerine olan talep artır, satış artır ve bununla kazanç artmaktadır.

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçları çok büyük ve çeşitlidir. Her işletmenin başarısı tüketiciyin talep etmiş oldukları bu farklı istek ve ihtiyaçların çeşitliliğini yatar. İşletmeler, başarılı olarak çalışabilmek için mevcut alıcıları muhafaza etmeye ve yeni alıcıları kazanmaya çalışmalıdır. Aynı zamanda alcıların (kullanıcılar, müşteriler) karşılanmamış ihtiyaçları yani talepleri, istekleri ve cevap bulmamış beklentilerine önem vermek gerekmektedir.
**Ek bilgi!**

Alicilerin işletmenin faaliyetleri üzerinde üç açıdan etkisi söz konusudur: alicilerin sınıflandırılması (gruplandırma, bölümlendirme), alicilerin satın alma motivasyonu ve karşılanmamış ihtiyaçları (isteğleri).

Sınıflandırmaya ilişkin şu sorulara cevap verilmelidir:
1. Bizim ürünlerin alicileri veya kullanıcıları kimdir?
2. Bizim en büyük tüketiciğimiz (müşterilerimiz) kimdir?

Kimler potansiyel alicımız (müşterilerimiz) olabilir?

Örneğin, eğer işletmenin birkaç büyük alicisi varsa, görüşmeler sırasında onların büyük etkisi vardır, çünkü işletmenin çalışması büyük oranda onlarla bağlıdır.

Fırsatların (şansların) mı tehditlerin (tehlikeler) mı söz konusu olduğunu öğrenmek için bu soruların cevabını bulmak gerekmektedir.

Alicilerin motivasyonu konusunda çok sayıda soru sorulmaktadır:
- Bizden satın almaları (ürün kullanmaları) için motive eden nedir?
- Ürünün hangi özellikleri alicılar açısından önemlidir?
- Satın alma motivasyonu sırasında hangi değişimler meydana gelmektedir?

**Tedarikçiler,** işletmeye üretim sürecinde kullandığı ham madde ve mazlemeleri sağlayan veya satışa yönelik nihai ürünler tedarik eden insanlar ve şirketlerdir.

**Ek bilgi!**

Alıcıların işletmenin faaliyetleri üzerinde üç açıdan etkisi söz konusudur: alicilerin sınıflandırılması (gruplandırma, bölümlendirme), alicilerin satın alma motivasyonu ve karşılanmamış ihtiyaçları (isteğleri).

Sınıflandırmaya ilişkin şu sorulara cevap verilmelidir:
1. Bizim ürünlerin alicileri veya kullanıcıları kimdir?
2. Bizim en büyük tüketiciğimiz (müşterilerimiz) kimdir?

Kimler potansiyel alicımız (müşterilerimiz) olabilir?

Örneğin, eğer işletmenin birkaç büyük alicisi varsa, görüşmeler sırasında onların büyük etkisi vardır, çünkü işletmenin çalışması büyük oranda onlarla bağlıdır.

Fırsatların (şansların) mı tehditlerin (tehlikeler) mı söz konusu olduğunu öğrenmek için bu soruların cevabını bulmak gerekmektedir.

Alicilerin motivasyonu konusunda çok sayıda soru sorulmaktadır:
- Bizden satın almaları (ürün kullanmaları) için motive eden nedir?
- Ürünün hangi özellikleri alicılar açısından önemlidir?
- Satın alma motivasyonu sırasında hangi değişimler meydana gelmektedir?

**Tedarikçiler,** işletmeye üretim sürecinde kullandığını ham madde ve mazlemeleri sağlayan veya satışa yönelik nihai ürünler tedarik eden insanlar ve şirketlerdir. Piyasada çok sayıda tedarikçi mevcut olup sundukları satış koşulları farklıdır. İşletmenin kâr sağlama imkânı bu farklılıkların içinde gizlidir.

İşletmeler en uygun tedarikçiden her alım gerçekleştirebilmek için ham madde, malzeme ve diğer gerekli mal ve hizmet piyasalarındaki fiyat değişimlerini sürekli takip etmelidir.

En uygun tedarikçi seçimi sadece sunduğu malların fiyat yüksekliğini esas alarak değil, teslimat şekli, teslimat vadesi, ödeme şekli, ödeme vadesi vb. diğer şartları da göz önünde bulundu rakar yapılmaktadır. Bu arada işletme, gerekli olan ham madde ve malzeme alımında sadece tek bir tedarikçiyeye bağlı kalmaya müsa ade etmemelidir. Herhalükarda iyi iş ilişkilerini diğer tedarikçilerle de sürdürmelidir.
Üretim faaliyeti gerçekleştiren bir işletmenin daimi tedarikçilerinin onun mevcut alıcılarının piyasasına girmesi işletme açısından tehdit oluşturmaktadır. Bu durumda tedarikçilerin şansı ham-madde üretmek yerine onları şekillendirmeye başlayıp nihai ürün olarak satmaya başlamaları olacaktır.

**Rakipler**, tüketicilere aynı mal veya hizmetleri sunan aynı sanayi dalından veya sektörden olan diğer işletmelerdir. Her sanayi (sektöre) farklı rekabet özelliğine sahiptir.


Rekabet hiçbir zaman küçümsenmemelidir. Bu, işletme sahibini mümkün olduğunca daha iyi olmasını teşvik eden ve işletmeyi yürüttüğü sürece uyancık kalmamasını sağlayacak güçtir.

---

**Ek bilgi!**

İşletmenin imkan ve tehditlerini tespit etmesi konusunda rekabetin çok büyük etkiye sahi olduğu aşikardır. Burada birkaç görev verilmektedir:
- rekabeti fark etmek;
- rakiplerin niyetlerini tespit etmek;
- rakiplerin müşterileri elde etme yöntemlerini anlamak;
- her rakip işletmenin güçlü ve zayıf yanlarını değerlendirmek.

Herhangi bir piyasaya girmek isteyen işletmeler bir sürü engelle (tehlikeye) karşı karşıya olsalar bile çif etki koşulları içinde yer almaktadırlar:
- piyasada mevcut olan “eski yerli” işletmelerin yeni gelen işletmeler tehdit ve tehlike arz etmektedirler, çünkü onların piyasalarından pay almak istmektedirler;
- yeni piyasaya yapılan her giriş yeni gelenler için başarı şansı teşkil etmektedir.
5. ÇEVRENİN İŞLETME AÇISINDAN ÖNEMİ

**Başarılı – başarısız işletme.** Herkes kendi çevresinde işleri iyi gitmeyen şirketler görebilir. Birilerini başarılı kılan diğerlerini ise kılmayan şey nedir?


İşletmenin başarısı ve başarsızlığı iç ve dış etkenlerin kombinasyonuna bağlıdır. Öyle ki, başarılı olanlar fırsatları fark edip güçlü yanlarıyla onları kullanıyor tehditleri ise bertaraf ediyorlar. Bu şekilde hareket etmeyen işletmeler gittikçe başarısız oluyor ve sonunda dağılıyorlar.

Bir işletme başarılı çalıştığında bu avantajlarını yani güçlü taraflarını iyi kullandığı anlamına geliyor. Fakat, böyle işletmelerde de daha az sayıda olsa bile zayıf taraflarını yani dezavantajlarını var olduğunu bilmek gerekir. Bakalım başarılı bir işletmenin dezavantajı yani zayıf tarafları ne olabilir?

**Mekan ve üretim imkânları yetersizliği.** Başarılı bir şekilde çalışan işletmeler sıkça mekân veya herhangi bir üretim yetersizliği ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Örneğin, başarılı şekilde çalışan küçük bir konfeksiyon fabrikası depo alanı yetersizliği ile karşı karşıya kalıyor, aynı işletme yeterince makinesi olmadığından yeni bir sipariş almaz.

**Kaynakların eskimesi.** Eski yen kaynaklar insanlar, binalar, makineler, donanımlar vb. Başarılı bir işletme için üretim maliyetini artıracak olan yüksek bakım harcamaları yaptığı eski binada (tesiste) çalışmak dezavantajdır. Eğer söz konusu olan bir market veya bir kafe ise bu özellik müşterileri uzaklaştırabilir. Bu tür mekânların (tesislerin) daha düşük ücretli (kira) olma avantajı taşıdıktan, iki arasındaki farkın olmasından yeterince makinesi olmadığından yeni bir sipariş almaz.

İnsanlar söz konusu olduğunda çalışanların yaş yapısının uygun olmaması çok büyük dezavantajdır (ileri yaşta olanların sayısının daha yüksek olması olarak düşünülmektedir). Çalışanların önemli bir kısmının orta yaş sınıfında olması ideal bir kadro yapısı

KALIFIYE KADRO YETERSİZLİĞİ. En başarılı işletmeler bile tüm yöneticilerin veya çalışanların “en iyi” yani en iyi teknik donanıma sahip olamamalarını yetersizlik/dezavantaj olarak görmektedir. Bunun için, yöneticilerin görevi bu zayıf tarafları tespit etmek ve yok etmeye çalışmaktır. Örneğin, mevcut çalışanların uygun teknik donanıma sahip olmadığı iş yerlerinde yeni çalışanlar işe almak veya mevcut olanlara ek eğitim vermek.


MALI SORUNLAR. Çoğu işletme (başarılı veya başarısız) devlete, tedarikçilere vb. kişilere karşı vadesi gelmiş yükümlülüklerini ödeme hususunda parasal sıkıntılar anlamında mali zorlukları vardır. Bu birincil bir dezavantajdır, ancak işletme bankadan kredi alarak, başka bir işletmeden borç alarak vb. bunu bertaraf edebilir ve etmeliidir.

UYGUN OLMAYAN YERLEŞİM. Eğer işletmenin yeri hammadde ve malzeme kaynaklarından veya nihai ürünlerini sunduğu piyasadan uzaktaysa, işletme açısından dezavantaj teşkil etmektedir. Çünkü böyle bir durumda işletme hammadde ve malzeme tedarik ve nihai ürünlerini satışı yerlerine teslimatı sırasında taşımacilık harcamaları yüksek olacaktır.

Bu örnekler işletmelerin var oluş ve gelişimlerinin çevre faktörlerine bağlı olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, kendi güçlü ve zayıf taraflarını bilmeyen ve fırsat ve tehditleri görmezlikten gelerek çevresel değişimleri takip etmeyen işletmeler kısa bir sürede faaliyetlerini sonlandırma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.
Ek bilgi!

**SWOT Analizi – Güçlü ve zayıf tarafların, fırsat ve tehditlerin analizi**

SWOT analizi, çevresel değişiklikleri ve durumları takip etmenin en etkili yöntemlerinden biridir. Bu analiz, iç ve dış çevre faktörlerinin işletmenin başarısı üzerindeki etkisini değerlendirme aracıdır. SWOT, şu sözlerin ilk harflerinden oluşan bir kısaltmadır:

- Strengths – güçlü taraflar
- Weaknesses – zayıf taraflar
- Oppotunities – fırsatlar
- Threats – tehditler

Güçlü ve zayıf yanların tespit edildiği iç analiz ve fırsat ile tehditlerin tespit edildiği dış analizin yapılmasının ardından önemli bir görev buların birleştirilmesidir ki, bu birleşme SWOT matrisi ile elde edilmektedir. Burada güçlü ve zayıf yanlar yatay, fırsat ve tehditler ise dikey olarak gösterilmektedir.

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>SWOT Matrisi</strong></th>
<th><strong>Güçlü Yanlar – S</strong></th>
<th><strong>Zayf Yanlar – W</strong></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Fırsatlar – O</strong></td>
<td>1. SO – stratejileri</td>
<td>1. WO – stratejileri</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Fırsatlardan yararlanmak için güçlü tarafların kullanılması</td>
<td>2. Fırsatların kullanılmasıyla zayıf yanların aşılanması.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>3.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Tehditler – T</strong></td>
<td>1. ST – stratejileri</td>
<td>1. WT – stratejileri</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Tehditlerden kaçınmak için güçlü yanların kullanılması.</td>
<td>2. Zayıf tarafların minimize edilmesi ve tehditlerden kaçınılması.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>3.</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Resim no.4 SWOT Analizi Matrisi

Matrisin yatay ve dikey taraflarının birleştirilmesi, yani güçlü ve zayıf yanların, fırsat ve tehditlerin belirtilmesiyle işletmenin şu stratejileri (hareket biçimleri) görülmektedir:

- SO stratejisi – fırsatlardan yararlanmak için güçlü yanların kullanılması;
- WO stratejisi – zayıf yanların güçlenmesi için fırsatların kullanılması;
- ST stratejisi – tehditlerden kaçınmak için güçlü yanların kullanılması;
- WT stratejisi – zayıf yanlara bağlı olmaksızın tehditlerden kaçınmak.
ANAHTAR KAVRAMLAR:

ÇEVRE
HARİCİ ÇEVRE
DAHİLİ ÇEVRE
GİRDİLER
BEŞERİ SERMAYE
İŞ ÇEVRESİ
MÜŞTERİLER
TEDARİKÇİLER
RAKİPLER

SONUÇ 2

Çevre, işletmelerin başarısında önemli bir rol alan kilit faktördür. Bunun için işletmeler kendi çalışmaları üzerinde etkili olma tüm çevre güçlerini (faktörleri) tespit etmek için uğraşmalıdır. Çevre, işletmenin faaliyet gösterdiği ve çevrenin etkisinden gelen değişimlere maruz kaldığı alandır.

İş çevresi, işletme faaliyetini organize etme açısından oldukça önemli olup iki bölümden oluşmaktadır: fizisal ve zihinsel çevre.

Dahili çevre, işletme faaliyetlerini organize etme açısından oldukça önemli olup iki bölümden oluşmaktadır: fizisal ve zihinsel çevre.


Özel iş çevresi, her işletme açısından farklı ve spesifik olup müşteriler, tedarikçiler ve rakiplerden oluşmaktadır. İşletme, bu çevre faktörlerini üzerinde onları kendi ihtiyaçlarını doğrultusunda kazanma çabası çerçevesinde etkili olabilir.

İşletmenin güçlü ve zayıf yanıları dahili çevrede, fırsat ve tehditler ise harici çevrede yer almaktadır. Başarılı olabilmek için her işletme güçlü yanlarını kullanmalı, zayıf yanlarını güçlendirmeli, fırsatları değerlendirmeli ve tehditlerden kaçınmalıdır.

Çevredeki durum ve değişiklikleri takip etmek için SWOT analizi kullanılmaktadır. Bu analiz iç ve dış faktörlerin işletmenin başarısını üzerindeki etkisini değerlendirme (hareket biçimi) ve şirket stratejilerini oluşturma aracıdır.
Bilgileri kontrol etme ve konuyu tartışmaya yönelik sorular:

1. Çevre nedir ve çevrenin işletme açısından önemi nedir?
2. İş alanınıza yeni bir işletme girdiğinde tehditleri ve fırsatları nerede görüyor musunuz?
3. İç faktörlerden biri belirli bir durumda güçlü başka bir durumda ise zayıf olabilir mi?
4. Hükümet değişikliği çevre tarafından gelen nasıl etki olabilir?
5. Uygun olmayan yerleşim neden zayıf yan olabilir?
6. Ürünlerinizin müşteri olanlardan ve sizin hammadde satın aldığınız işletmelerden (tedarikçileriniz) ne tür tehditler görüşürsünüz?
7. Aşağıda verilen ifadelerde bir hizmet işletmesinin güçlü ve zayıf yanlarını, fırsat ve tehditlerini tespit edin:
   ■ müşteriler için iyi düzenlenmiş mekân (kötü düzenlenmiş mekân);
   ■ iş sırasında bilgisayarlar kullanılıyor (kullanılmıyor);
   ■ yeni tesis ve iyi çalışma koşulları (kötü çalışma koşulları);
   ■ talep edilen bir hizmet (talep edilmeyen bir hizmet);
   ■ eğitimli ve teknik donanımlı kadro (eğitimsiz ve donanımsız kadro);
   ■ iyi yerleşim yeri (kötü yerleşim yeri);
   ■ yeni hizmet türleri sunuluyor (hizmet çeşitliliği azaltılıyor);
   ■ çalışanlar ödüllendirilir için iyi (motive edici) bir sistem var (yok);
   ■ kullanıcıların ödemeye güvendiği artıyor (düşüşüyor);
   ■ çevredeki nüfus sayısı artıyor (azalıyor);
   ■ nüfusun yaşlılık yapısı değişiyor (değişmiyor);
   ■ rekabet mevcut (rekabet yok);
   ■ istikrarlı siyasi durum (istikrarsız siyasi durum);
   ■ uygun sosyo-ekonomik koşullar (uygun olmayan koşullar);
   ■ ulaşılabilir teknolojik gelişmeler (ulaşılamaz);
   ■ yöneticiler ve çalışanlar için ulaşılabilir eğitim (ulaşılamaz).
KONU 3 İKTİSADİ KURULUŞLAR

KONUNUN İÇERİĞİ:
İhtiyaçlar
Üretim
Üretim Faktörleri
İktisadi Unsurlar
İşletmelerin Kuruluş Amaçları
İşletme, Tüccar ve Ticari Şirket
   Faaliyet Alanına Göre Tüccar – Tek Kişi İşletmesi
   Biçimine Göre Tüccar – Ticari Şirketler
   Kamu Ticari Şirketi
   Sınırlı Sorumluluğa Sahip Şirket (Limited Şirket)
   Anonim Şirket
   Komandit Şirket
   Sermayesi Paylara Bölünmüş Komandit Şirket

DERSİN AMAÇLARI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- insanların farklı ihtiyaçlarını görebilmek;
- üretim kavramını anlamak;
- üretim faktörlerini öğrenmek;
- iktisadi teşekülleri öğrenmek;
- işletme kurmanın amaçlarını anlamak;
- faaliyetine göre ve şekline göre tüccar ayrımı yapmak;
- farklı ticari şirket türlerinin özelliklerini görmek;
1. İHTİYAÇLAR

1.1. İHTİYAÇ KAVRAMI VE İHTİYAÇ TÜRLERİ

İnsan sürekli olarak farklı ihtiyaçları karşılamalıdır: gıda, giyim, ayakkabı, mobilya ve ev aletleri, yakıt, ışıklandırma hijyen, eğitim, tatil, yolculuk vb. ihtiyaç.

İhtiyaç, herhangi bir mal veya hizmet eksikliği hissi ve memnunizyetsizlik hissinin giderilme uğraşını ifade etmektedir. Buradan hareketle insan hayatı ve gelişiminin sürekli farklı ihtiyaçları karşılama süreci olduğu sonucuna varabiliriz. İnsanın ihtiyaçlarını çok ve çeşitli olduğundan hepsini sayamamız mümkün değil ancak, onları sınıflandırabiliriz.

İhtiyaçlar genelde doğal (maddi) ve kültürel (manevi) olarak sınıflandırılabilir.

Doğal ihtiyaçlar, canlı medeni bir varlık olarak insan doğasının kendisine yüklediği ve varlığını sürdürmesi için giderilmesi kaçınılmaz olan ihtiyaçlardır. Bu tür ihtiyaçlar şunlardır: gıda, giyim, konut, ayakkabı vb.

Kültürel ihtiyaçlar, insanın içinde yaşadığı toplumsal ortamın yüklediği ihtiyaçlardır. İnsan hayatının daha kaliteli olması için bunların mutlaka giderilmesi gerekmektedir. Bu ihtiyaçlarla insanların yaşam kültürü belirlenebilir: okumak, müzik dinlemek, tiyatro, sinema ve sanat gösterileri seyretme, eğitim, sağlık, spor yapmak, gezmek vb.

1.2. MAL VE HİZMETLER

İnsan ihtiyaçlarının karşılandığı nesnelere mallar denir. Bunlar, meydana getirildikleri biçime bağlı olarak doğal maddi mallar ve insan emeğinin neticesi olan maddi mallar olarak ay-
İnsanlar doğanın meydana getirdiği bazı maddi malları değiştirmeden kullanmaktadırlar.

Fakat, ihtiyaçların çeşitliliği ve çoklukundan dolayı bazı üretim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve doğal maddeleri kendi ihtiyaçlarını doğrultusunda şekillendirmelidirler. İnsanın kendi ihtiyaçlarını gidermek için değiştirmeden ve işlemeden kullandığı mallara {	extit{doğal mallar}} denir. Deniz, göl veya nehir potansiyelleri, içmek için kaynak suları, hava vb. buraya düşmektedir.

{	extit{İktisadi (uretilmiş) mallar}}, işleme (ürün üretim) süreçinden geçirilerek elde edilmiş olan mallardır: giyim, spor ayakkabısı, bilgisayarlar, pide, benzin vb.

İnsan ihtiyaçlarının büyük bir kısmı hizmet kullanarak giderilmektedir. {	extit{Hizmetler}}, insanın dokunamadığı, fakat hissedebildiği ürünleridür. Örneğin: sağlık muayenesi, otomobil tamiri, taksi seyahatı vb.

2. ÜRETİM

2.1. ÜRETİME DUYULAN GEREKSİNİM

Malzemelerin doğadan alınması ve şekil değiştirilmeleri süreciyle insan doğayla devamlı bir ilişki içine girmektedir. İnsan, doğaya etki edip onu kendine doğru değiştirmekte ve uyarlamaktadır. İnsanlar, bir üründen veya ürün parçalarından çok ya da az sayıda ürün üretebilmek için uygun olan gruplar şeklinde organize olurlar.

2.2. ÜRETİM KAVRAMININ TANIMLANMASI

Daha önce de değindiğimiz gibi insanlar, ihtiyaçlarının büyük bir kısmını iktisadi mallarla karşılmaktadırlar, çünkü doğada olduğu gibi hazır halde kullanılabilen malların sayısı çok azdır. Dolayısıyla, insan kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmek için malları değiştirmeli veya işlemeli, yani üretmelidir. İnsanın mobilya ihtiyacının karşılanması için öncelikle ağaçların ormanlardan kesilmesi, taşınması ve mobilya üretim fabrikalarında işlenmesi gerekmemek olup elde edilen ürün ise ticari ağ yoluya tüketicilere sunulmaktadır.

İnsanın her günlük beslenmesinde kullanılan ekmek de uzun bir oluşum sürecinden geçmektedir. Aslında ekmek üretme süreci, daha tarlanın buğday ekimine hazırlanmasıyla başlayıp hasatla, buğdayın silolara taşınmasıyla ve değirmenlerde işlenip unun elde edilmesiyle devam etmektedir. Elde edilen un fırınlarda ekmek üretimi için hammadde olarak kullanılmaktadır. Sonunda hazır ekmek marketlerde satın alınabilir. Buradan şu sonuca varılabilir: insanların istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya uygun hale getirmek için doğadan faydali malzemelerin elde edilmesi (topraktan, denizden ve havadan), bitki ve hayvanların bakımı ile elde edilmiş malzemelerin içerik ve şekil değişimleri sürecine üretim denir.
2.3. **NE, NASIL VE KİMİN İÇİN ÜRETİLMELİ**

Ekonomi insanlardan ayrı olan bir şey değildir. Aksine insanlar ekonominin bir parçası olmalarının dışında onu oluşturmaktaırlar. Bireysel ihtiyaçlar, tüketici lerin, işçilerin, yöneticilere rin, işletme sahiplerinin vb. ihtiyaçları kapsamında neyin, nasıl ve kimin için üretileceğini belirleme ğitirler. Aslında işletmeler (şirketler), kazanç elde etme arayışında kaynak ve bilgi değişim sistemi aracılığıyla sürekli olarak bu soruların cevaplarını aramakta ve bulmaktadır.

**Ne üretilmeli** – İşletmeler, üretebilecekleri ve piyasada sunabilecekleri mal ve hizmet arayışı içindedir. İnsanların ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayan (satin almak istediğiniz ve alabildiğiniz şeye uygun olarak) “gerçek” ürünün bulunması “Ne, nasıl ve kimin için üretilmeli?” sorusunun gerçek cevabını teşkil etmektedir. Bu arada işletmeler, minimum harcama maksimum kâr sağlayacak olan en doğru üretim faktörleri kombinasyonunu kullanmaya dikkat etmelidirler.


**Kimin için üretilmeli** - Herkesin ihtiyaçlarını karşılayacak kadar yeterli mal ve hizmetin olamayacağı gerçekten hareketle üretilen mal ve hizmetler insanların alım gücüne, yani söz konusu ürün için ne kadar ödeme hazırdıklarına bağlı olarak farklı insan sınıflarına yönelik üretilmektedirler.

3. **ÜRETİM FAKTÖRLERİ**

3.1. **ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK EMEK**

Emek (işgücü), yanı üretim tecrübeleri ve çalışma alışkanlıklarıyla insanlar ilk üretim faktörünü teşkil etmektedir. Emek,
insan ve doğa arasındaki süreçtir. Emek, insanın doğayı değiştirip kendine uyumlu hale getirdiği bir bütün ve mantıklı bir faaliyettir. Faaliyet olarak emek, belli bir ürünün üretilmesi için insan gücünün enerjisini harcanması, yetenek ve becerilerinin kullanılması olarak görülmektedir. Dolayısıyla insanlar üretbilmeleri için ilgili bilgiye, yeteneklere ve tecrübe sahibi olmalıdır. Bunun yanı sıra, çalışma becerileri, çalışma disiplini ve üretim sürecinde aralıksız bir şekilde belli bir zaman dilimi geçirme alışkanlığı (sekiz saatlik mesai zamanı) da bunun içinde yer almaktadır.

3.2. ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK SERMAYE

İkinci üretim faktörü sermayedir. İnsanın işletme faaliyetlerini gerçekleştirme sürecinde kendi ile doğal kaynaklar arasında ortaya koyduğu her şey, yani insanın doğa malzemeyi işlediği veya kendi ihtiyaçlarına uygun hale getirdiği her şey sermaye olarak değerlendirilmiştir. Buraya tüm alet türleri, makineler, cihazlar, donanım, binalar, taşıma araçları, tesisatlar, parasal varlıklar vb. düşmektedir. Bazı sermaye şekilleri doğal malzemeden ortaya doğrudan etki etmiyor oyle ki, onların birincil işlevi üretim sürecinin normal seyretmesi için gerekli koşulları sağlamanır. Mali sermaye (paralar) böyle bir sermaye türünü teşkil etmektedir. Onların işlevi üretimden aksamadan gerçekleşmesi için gerekli koşulları sağlayacak olan tüm üretim faktörlerinin temin edilmesine yarıyor.

3.3. ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK TOPRAK

Üçüncü üretim faktörü topraktır. Toprak, insanın üretbilmek için üzerinde sermaye varlıklıyla etki ettiği doğal bir kaynaktır. Toprak, tarımda işlenme konusudur – tarım ürünleri elde
etmek için olduğu gibi madencilikte de –madenler ve mineraller elde etmek için. Fakat, toprağın insan emeğinin etkili olduğu tek doğal kaynak olmadığını farketmek zor olmasa gerek, çünkü insan emeğinin bazı edinimleri tekrar işlenmeye konu olabilir.


3.4. ÜRETİM FAKTÖRÜ OLARAK GİRİŞİMCİLİK

Dördüncü üretim faktörü girişimciliktir. İşletmede birbirleriyle yarışan ve piyasonun değişken koşullarına tepki veren “önderlerin” girişimci ruhu ve liderliği olmaksızın üretim düşünülemez. Bu insanlara girişimci (müteşebbüs), sürecin tamamına ise girişimcilik (teşebbüs) denir.

Girişimcilik, piyasada yeni ürünlerin sunulması veya eskilerin geliştirilmesi maksadıyla fırsatların farkedilmesi ve doğru zamanda müdahale edilmesini ifade etmektedir. Girişimciler, rakiplerine kıyasla sahip oldukları durumları daha etkin bir şekilde kullanma ümidiyle yeni yönetim ve organizasyon yöntemleri denemektedirler. Girişimciler, yeni ürün ve teknolojiler geliştirerek, yavaşa sahip oldukları durumları daha etkin bir şekilde kullanma ümidiyle yeni yönetim ve organizasyon yöntemleri denemektedirler. Girişimciler, yeni ürün ve teknolojiler geliştirir, işletmelerin gelişimine yardımcı olan enerji ve fikirleri sağlamakta ve çalışanları aracılığıyla, belirli bir sektördeki iş dünyasında bir kültür ortamı oluşturur. Girişimcilik, piyasa yeni ürünlerin sunulması veya eskilerin geliştirilmesi maksadıyla fırsatların farkedilmesi ve doğru zamanda müdahale edilmesini ifade etmektedir.
olarak ayrılımakta, çünkü girişimcilerin konum ve rolleri esasında diğer çalışanlardan farklıdır.

Girişimci, sadece işletmenin işini başlatmak, yönlendirmek ve organize etmekle kalmayıp aynı zamanda kâr sağlama amacıyla öz sermaye yatırımda ve işletmenin başarısızlık riskini (yatırılan sermayenin olası kaybı) de üstlenmektedir.

4. İKTİSADİ UNSURLAR

Her ülkenin ekonomik faaliyeti çok sayıda iktisadi unsurlar arasında ekonomik ilişkilerin kurulmasıyla oluşmaktadır. Ekonomik süreçlerde belli bir yer ve rol alan ve bu süreçlerin dinamiği ve gelişimi üzerinde etkili tüm unsurlar iktisadi unsur olarak görülmektedir. Ekonomik unsurların ekonomik süreçleri üzerindeki etkisi onların büyüklüğüne, faaliyet alanlarına, türlerine vb. bağlıdır.

Hanehalkı (bireysel tüketiciler), işletmeler (şirketler), devlet kurum ve kuruluşları, iktisadi birlikler (ticaret ve sanayi odaları), sendikalar vb. ekonomik unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

**Hanehalkı (bireysel tüketiciler),** ekonominin unsuru olarak insanları kapsamaktadır ki, bunlar yaptıkları tüketimle şahsi (bireysel) ihtiyaçlarını giderip işletmelerin büyümesi ve gelişmesine katkı sağlıyorlar.

**İşletmeler,** ekonominin unsuru olarak faaliyet alanlarına, büyüklüklerine, mülkiyet yaplarına, örgütsel konumlarına ve piyasa yönetimlerine bakılmaksızın tüm işletmeleri (şirketler) kapsamaktadır. Bunların ekonomik hareketleri üzerindeki etkisi çok büyütür. Aslında işletmeler, toplam mal ve hizmet üretimi ve arzı, toplam talep, ihracat ve ithalat, istihdam vb. üzerinde etkilidirler.

**Devlet kurum ve kuruluşları,** ekonominin unsurları olarak her ülkenin ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Onlar, bir yandan vergi tahsilatıyla diğer yandan da kamu tüketimi aracılığıyla ekonomideki toplam üretim ve toplam tüketim üzerinde etki etmektedirler. Bu şekilde ekonominin bir bütün olarak büyü-
mesini ve gelişmesini teşvik etmektedirler. Aynı zamanda devlet kurumları, getirdikleri kanun ve düzenlemelelerle ekonomik hareketler üzerinde güçlü bir etkiye sahiptirler.

İktisadi birlikler, ekonominin unsuru olarak ticaret ve sanayi odaları, sektörel üretici, tüccar, tarım, zanaat, tüketici birlikleri vb. gibi işletme örgütlerini kapsamladırlar. Ekonominin bu unsurları ekonomi çerçevesindeki üretim, dağıtım, değişim ve tüketim üzerinde doğrudan etkili olmasalar da ülkedeki ekonomik ilişkilerin gelişmesine katkı sağlayacak olan stratejilerin oluşturulması, tavsiye ve önerilerin verilmesi, şartların oluşturulması vb. konusunda oldukça önemli bir rol almaktadırlar.

Sendikalar, ekonominin unsuru olarak her ekonomide spesifik bir yere sahiptirler. Çalışanların haklarını çıkarmalarını koruyan örgütlenmeler olarak sendikalar, maaş miktarlarının belirlenmesi, işsizlik düzeyinin tespit edilmesi, hükümetin ekonomi politikası vb. üzerinde güçlü bir etkiye sahiptirler.

5. İŞLETMELERİN KURULUŞ AMAÇLARI

İşletmelerin varoluş amaçları çok çeşitlidir. Büyük ya da küçük ölçekli işletme olmasına bağlı olmaksızın bir işletme kurmak ve yürütmek önemli ve karmaşık bir süreçtir. İşletmenin çalışmasıındaki başarı, sahibin girişimci ruhu ve yetenekleri, işletme yürütülen sorumluluk üstlenmeleri ve çalışanların iş kararları almakta risk üstlenmeye hazır olma gibi çok sayıda unsura bağlıdır. İşletmeyi kurulanların önünde ulaşmak istedikleri amaçlar net belirlenmiş ve tanımlanmışsa ilerleme şansı oldukça büyük tür.

Bir işletmenin kuruluşu için birçok neden vardır. İşletmenin yasal şeklinin ve kimin kurduguna bağlı olarak ulaşılmalıdır istenen hedefler şu üç gruba ayrılmaktadır:

- bireysel – ekonomik hedefler;
- kolektif – ekonomik hedefler;
- devletin kamu işletmeleri kurmasındaki hedefler.
Bireysel – Ekonomik Hedefler

Bireysel – ekonomik hedefler, esasında aile şirketi olarak faaliyet gösteren küçük ölçekli işletme sahiplerinin yani kurucularının hedefleridir. En belirgin bireysel – ekonomik hedefler olarak şunları belirtebiliriz:

a. İşletmeyi kurmanın temel amacı ve güdüsü kazanç sağlamaktır. Para kazanmak, şahsi ve ailenin yaşamını idame ettirmeyi sağlamak demektir.

b. Şahsi bağımsızlık, etrafın etkisini ve baskısını hissetmeden iş kararları almak demektir.

c. İstenen işi yapmak. İnsanlar kendi eğitimlerine çok fazla yatırım yapıyor ve eğitimi tamamladıktan sonra kendilerini tatmin edecek olan işi yapmak istiyorlar.

d. İşletmedeki kişisel kariyer üzerinde başarı ve kontrolü sağlamak vb.

Kolektif – Ekonomik Hedefler


a. Üretim maliyetlerinin azaltılması. Daha büyük miktarlarda üretim yapıldığında ürün birimi başına maliyetler düşmektedir;

b. Satışi artırmak;

c. Ürünlerin arzını sağlamak için daha büyük piyasaya yayılmak;
d. Makinelerin, donanımın, tesislerin vb. mümkün olduğuna etkin kullanılabilmesi için üretim hacminin büyütülmesi.

**Devletin Kamu İşletmeleri Kurmasındaki Hedefler**

Devlet, onun bir kurumu veya kuruluşu işletme kurabilir. Sahipleri tarafından kâr elde etme amacıyla kurulan özel işletmelere kıyasen devlet, öncelikle kamu çıkarlarını karşılayacak olan mal ve hizmet üretmek için kendi işletmelerini kurmaktadır. Dolayısıyla, devletin işletme kurmasındaki esas hedef kollektif ihtiyaçları karşılayacak olan mal ve hizmetlerin üretilmesi ve dağıtılmasıdır.

Mal ve hizmetlerin satışından kâr elde etmek kamu işletmesi için önemli olup varlığının temel nedeni değildir. Devletin bilimsel araştırma merkez ve enstitüleri, meteoroloji istasyonları, kalkınma ajansları vb. gibi özel amaçlı kamu işletmeleri kurması çok sık rastlanmaktadır. Bunların temel amacı vatandaşlar ve işletmeler için mal ve hizmetleri temin etmek olup finansmanları, yani çalışma maliyetleri karşılanması ise devlet fonlarından alınan varlıklarla sağlanmaktadır.

6. **İŞLETME, TÜCCAR, TİCARİ ŞİRKET**

İnsanların işletmeler hakkında genel olarak bildikleri onların unvanları, tesislerinin görüntüleri, çalışanları, reklamları, faaliyet alanları vb.dır. Fakat, bir işletmeyi derinlemesine analiz edecek olursak söz konusu işletmenin içerisinde gerçekleşen çok sayıda faaliyet ortaya çıkacağından dolayı bilgiler genişleyecektir. Aslında işletmede hammadde tedariki, üretim organizasyonu, iç ve dış nakliyeyin gerçekleşmesi, çalışanların çalışma programı, ürünlerin satışı vb. ile ilgili faaliyetler sürekli olarak gerçekleşmektedir. Tüm bunları göz önünde bulunduracak olursak, o zaman her işletmenin çok sayıda birbirine bağlı unsurların karmaşıklığı sonucunda oluşur.

Bir ülkedeki işletme faaliyetlerinin en büyük kısmı kayıtli yasal teşeküller olarak faaliyet gösteren işletmeler üzerinden gerçekleşmektedir. Bunlar işletmenin ekonomideki yapısal kısmını oluşturmakta.

İşletme kavramının tanımı, varlığının anlamından ve amaçından çıkmaktadır. Öyleki, Makedonya Cumhuriyeti Ticaret Kanunu’nda işletme, haklar, varlıklar ve tückara ait olan ve mülkiyet değerleri olan gerçek ilişkiler toplamı olarak tanımlanmaktadır.1

Tüccar kavramı şu iki kritere göre tanımlanmaktadır:

a) Faaliyet alanına göre tüccar. Faaliyet alanına göre tüccar, üretim, ticaret yaparak ve hizmet sunarak kâr elde etmek için bireysel iş olarak uzun vadeli ticari faaliyet gerçekleştiren herkesdir.2

b) Şekline göre tüccar. Şekle göre tüccar her tür ticari şirketittir.3 Ticari şirket, bir ya da birden fazla kişinin para, eşya veya gayri menkul değerler yatırdığı ve ortak çalışmaya için kullanıp elde edilen kâr ile çalışmanın zararını ortakça paylaştıkları tüzel bir kişidir.4

Ticari Şirketler Kanunu’na göre şu ticari şirket türleri mevcuttur:5

1. Kamu Ticari Şirketi;
2. Limited Şirket (Ltd.);
3. Anonim Şirket (A.Ş)

---

1 “Ticari Şirketler Kanunu” – Genel Hükümler, 3 madde, nokta 40 ve 5 madde
2 “Ticari Şirketler Kanunu” – Genel Hükümler, 4 madde
3 “Ticari Şirketler Kanunu” – Genel Hükümler, 5 madde
4 “Ticari Şirketler Kanunu” – Ticari Şirketler için Ortak Hükümler, 19 madde
5 “Ticari Şirketler Kanunu” – Ticari Şirketler için Ortak Hükümler, 20 madde, nokta 1
4. Komandit Şirket;
5. Hisseleri Paylara Bölünmüş Komandit Şirket.

**Ek bilgi!**

İşletme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sırasında şirketler arasında aynı zamanda ekonomik ve yasal ilişkiler de kurulmaktadır. Buradan hareketle değişim sürecinde işletmeler arasındaki hak ve yükümlülüklerin yaşanır çalısmının sağlanması sırasında (izinler, lisanslar, başvuru formları vb. almak) işletmelerle devlet kurum ve kuruluşları arasında kurulan ilişkilerin de düzenlenmesine ilişkin bir ihtiyacın meydana geldiği görülmektedir. Öyle ki, işletme kavramının şu iki unsurun içerdğini söyleyebiliriz:

1. **ekonomik unsurlar** ki, bunlar işletmenin iş faaliyetlerini gerçekleştirmesinden kaynaklanmaktadır: kâr, harcamalar, paralar, gelirler vb. ve
2. **yasal unsurlar** ki, bunlar işletmenin yasal konumunu belirlemektedir. İşletmenin hak ve yükümlülük sahibi olabilmesi için kanunlarla belirlenmiş yöntemle resmi tüzel kişi olarak kayıt yapılmış olmalıdır ki, bu söz konusu işletmenin ekonomik faaliyetini tüzel kişi olarak gerçekleştirebileceği anlamına gelmektedir.

6.1. **FAALİYET ALANINA GÖRE TÜCCAR – TEK KİŞİ İŞLETMESİ**

Bir kişinin sanatsal bir yeteneği ve küçük ölçekli bir zanaatkar olarak çalışma isteği varsa, kendi iş yerini - tek kişi işletmesi olarak kaydedebilir.

Tek kişi işletmesi şeklindeki örgütlenme, gerçek kişi olarak ekonomik faaliyet yürütüen bireysel sahibin mülkiyetinde olan bir organizasyon şeklidir. Tek kişi işletme şeklindeki örgütlenme, gerçek kişi olarak ekonomik faaliyet yürütüen bireysel sahibin mülkiyetinde olan bir organizasyon şeklidir. Böyle bir işletme şeklini iflas sürecinde olan ve iflas edip alacaklara karşı borçlarını tahsil edememiş olan kişiler hariç, iş yapma yetenekleri olan ülkemizin her vatandaşını kurabilir.

6 “Ticari Şirketler Kanunu” – İkinci Bölüm, Tüccar, 12 madde, nokta 1.
İşletme sahibi işletmenin başarısında en büyük paya sahip olup aynı zamanda işletmenin başarısızlığının da en büyük sorumluudur.

Bu organizasyon şekli temelde sahibin sermayesiyle çalışmaktadır. Borç alınan sermaye çok küçük ve kısa vadeli olup iş ortakları veya yerel bankalardan temin edilmektedir.

Bu örgütlerin kendilerine karşı duyulan güvenin küçük olamasından dolayı kreditorler nezdinde kabul görmeleri kısıtlıdır. Söz konusu güven eksikliğinin birçok nedeni vardır: birinci, küçük miktardaki öz sermaye; ikinci, işletmeye dahil olan mal varlığının şahsi kullanım için olan mal varlığından ayrı tutulmasına ilişkin yükümlülüğün bulunmaması; üçüncü, piyasa koşullarının değişkenliğinden kaynaklanan göreli olarak kısa ömürlü olmaları; dördüncü, rakip işletmelerin faaliyetlerine kolayca müdahale olmalarının yanı sıra sahibin ölümünden sonra işletmenin de çalışmasını son bulması.

Bu işletme biçiminin avantajları olarak şunları belirtebiliriz:
- Tek kişi İşletmesi kurmak için özel engeller yoktur;
- Sahibe yönelik asgari yasal yükümlülük ve sınırlamalar;
- Tek kişi İşletmesi olarak işin kurulduğu ve yürütüldüğü sermayenin bireysel mülkiyeti;
- Karar verme konusunda azami özgürlük;
- Sağlanan kazanç tamamen sahibe aittir.

6.2. BİÇİMİNE GÖRE TÜCCAR – TİCARİ ŞİRKET TÜRLERİ

6.2.1. KAMU TİCARİ ŞİRKETİ (KTŞ)

Tanımılama – Kamu Ticari Şirketi, iki ya da daha fazla tüzel veya gerçek kişinin birleşmesinden oluşmaktadır – ortaklar ki, bunlar işletme dışına borçları konusunda alacaklara karşı şahsen ve tüm mal varlıklarıyla ortaklaşa olarak sınırsız sorumludurlar.7

---

7 “Ticari Şirketler Kanunu” – 10 madde, nokta 1.
KTŞ’nde yatırım payı – Yatırım payını, ortakların şirkete yatırdıkları mülklerinin değeri oluşturmaktaidir. Ortaklardan her biri aynı veya birbirinden farklı olabilecek bir pay yatırmaktadır. Şirketin kurulması sırasında ortakların yatırım paylarından oluşan varlıklar şirketin ana sermayesini oluşturmaktaidir. Sermaye yatırmaları para, eşya, hak, emek ve hizmet şeklinde olabilir. Ortaklardan her birinin şirket kurma anlaşmasıyla belirlenen yatırım miktarının üstünde bir sermaye yatırımı yapma yükümlülükleri yokturl.

Şirket ortaklarının yatırımını daimi olup sadece şirket ortaklık ilişkisinin sona erdirilmesi durumunda geri çekilebilir.

KTŞ’nde hisse – Kamu Ticari İşletmesinde ortağın sahip olduğu hisseyi, ilgili ortağın yatırım payından kaynaklanan hak ve yükümlülükler oluşturur. Öyle ki, ortağın hissesi kendisine kamu ticari şirketin gerçekleştirmiş olduğu kârından pay alma (hisse, katkı), şirket yönetimine katılma hakkı olduğu gibi zararı karşılama yükümlülüğü de sağlamaktadır.

Kamu Ticari İşletmesi ortağı, ancak tüm ortakların onayı- ni almasının durumda hissesini üçüncü kişilere devredebilir.

Ortakların yönetimi ve sorumluluğu- her ortak kamu ticari işletmesini işletme hakkına sahiptir. Ortak, bu hakkı doğrudan veya bir ya da daha fazla ortağa aktararak gerçekleştirebilir. Şirket anlaşmasında öngörülmüş olması durumunda ortaklar bu hakkı üçüncü bir kişiye de devredebilirler.

Ortaklar, şirketin çalışmasından sorumludurlar. Bir ortak diğer ortakların da onayını almadan KTŞ faaliyeti çerçevesinde olan işleri üstlenemeye ve başka bir şirkete ortak olamaz. Ortaklardan her biri şirketin borçları için alacaklara karşı sadece yatırıım miktarı kadar değil tüm mal varlığı ile sorumludur. Bunun dışında ortakların yükümlülüğü de ortak olup onlardan birinin üstlenmiş olduğu yükümlülükler karşısında hepsi sorumludur-

6.2.2. SINIRLI SORUMLULUĞA SAHİP ŞİRKET (Limited-Ltd.)


Sınırlı sorumluluk sahip şirket, şirketin önceden anlaşmaya varılan ana sermayesinde ortakların para, eşya ve haklar olarak ifade edilebilen birer ana yatırım payıyla katılabildikleri bir şirketidir.8 Gerçek veya tüzel bir kişi şirket ortağı olabilir. Şirket ortakları şirketin borçlarını karşılık vermeleri için kullanılmaması önem taşımaktadır. Sınırlı sorumluluk sahip şirket, şirketin önceden anlaşmaya varılan ana sermayesinde ortakların para, eşya ve haklar (lisans) olarak ifade edilebilen birer ana yatırım payıyla katılabildikleri bir şirketidir.8 Gerçek veya tüzel bir kişi şirket ortağı olabilir. Şirket ortakları şirketin borçlarından sorumlu değildir. Ortakların riski, şirketekii yatırım payları ile sınırlıdır.

Ltd. şirketinin kuruluşu – Sınırlı sorumluluk sahip olan şirket kural olarak iki veya daha fazla kişinin - ortakların birleşmesiyle kurulmaktadır. Sınırlı sorumluluk sahip olan şirketin çalışma sırasında başka ortakların katılması beklenmediği durumda is-

8 “Ticari Şirketler Kanunu” – 167 madde, nokta 1.
tısnaî olarak tek kurucu olabilir. Gerçek kişi, birden fazla sınırlı sorumluluğa sahip şirketin tek ortağı- kurucusu olamaz.

Sınırlı sorumluluğa sahip şirket, yazılı bir anlaşmayıla kurulmaktadır. Bu şirket en az 1 en çok 50 ortak tarafından kurulabilir. Eğer şirket sayısı 50’yi aşarsa, bu şirket anonim şirket şeklinde örgütlenebilir.

Şirketin asgari ana sermaye miktarı gibi ortakların asgari yatırıım miktarı da kanunla belirlenmiş bir yükümlülüktür. İlgili pozitif hukuk düzenlemelerine göre sınırlı sorumluluğa sahip şirketin asgari sermayesi aynı zamanda 2.500 avro denar karşılığıdır. Eğer şirket bir kişi tarafından kurulmuşsa (Adi Şirket), anlaşılma yerine kurucunun noter huzurunda verilmiş beyanıyla kurulmaktadır.

Ortakların hak ve yükümlülükleri – Sınırlı sorumluluğa sahip şirketin her ortağı belli hak ve yükümlülüklerde sahip oluyor. Öyle ki, ortağın şirket yönetimine katılma ve kârdan pay alama, şirketin çalışması ile ilgili bilgi edinme, şirket defterlerini ve listelerini incelemeye ve şirket çalışmasının son bulması durumunda kalan varlıkların (tasfiye mallarının) dağılımına katılma hakkı vardır.

Kâr dağılımına katılım miktarı ana sermayeye katılım payıyla orantılıdır.

Ltd.'de hisseler - Şirkette hisse defteri tutulmakta olup ortakların ana yatırıım payları, olası ek ödemeler ve hisselere ilişkin özel hak ve yükümlülükler belirtilmektedir. Sadece hisse defterinde kayıtlı olan kişiler ortak olarak sayılmaktadır.

Hisseler devredilebilir olup miras kalabilir. Hissenin üçüncü kişilerine devredilmesinin esas koşulu ortağın kendi ana sermaye payını ödemiş olmasıdır. Kurucu olarak tek ortağın olduğu şirketdeki hissenin satın alınması sırasında diğer ortaklar, sınırlı sorumluluğa sahip şirket ve şirketin belirleyeceği kişi öncelik hakkına sahiptir.
Hissenin miras yoluyla devredilmesi sınırlılamaz. Bir ortağın hissesi ayrılabilir ki, bu durumda tüm ortakların onayı gerekmektedir. Ortak, kendi hissesinin rehnedebilir.

6.2.3. ANONİM ŞİRKET (A.Ş)


A.Ş. 'in kurulması - A.Ş'nin kuruluşu kuruluş sözleşmesiyle, yani şirket tüzüğünün hazırlanması ve üyelerinin belirlenmesiyle başlamaktadır. En az iki gerçek veya tüzel kişi A.Ş. kurabilirler.

A.Ş. kuruluşu eş zamanlı veya müteselsel olabilir.

Anonim şirketin eş zamanlı kurulması, kurucuların bireysel veya başka kişilerle birlikte, şahsen veya temsilci aracılığıyla, bir veya birden fazla beyanatta kamu ilanı yapmadan tüm hisseleri devralması ve şirket kurduklarını beyan etmeleri (25.000 avro denar karşılığı olarak) halinde söz konusudur.


A.Ş. çalışmasının sona ermesi - Anonim şirket farklı nedenlerden dolayı çalışmasına son verebilir. Şirketin çalışmaya son...
vermesi şu çevresel etkenlerden dolayı olabilir: eğer şirket vadeli olarak kurulmuşsa tüzükle belirlenen vadenin sona ermesi; şirket meclisinin kararı; şirketin ticari sicil kaydının yasadışı olduğunu gösteren mahkeme kararı; şirketin başka bir şirkete dönüştürülmesi ve başka bir şirkete birleştirilmesi; iflas sürecinin yürütülmesi.

6.2.4. KOMANDİT ŞİRKET (K.Ş)

Komandite ve komanditer - Komandit şirket, iki ya da daha fazla kişinin – ortağın birleştiği, aralarında en az bir ortağın şirket yükümlülüklerine karşı sınırsız olarak tüm mal varlığı ile sorumlu olup komandite olarak ve en az bir ortağın ise şirket yükümlülüklerine karşı kayıtlı yatırım payı oranında sınırlı sorumluluğa sahip olup komanditer olarak adlandırduğu bir şirkettir.9


Şirketi sadece komanditeler yönetmektedir ki, şirket yükümlülüklerine karşı taşıdıkları sorumluluğun daha büyük (sınırız) olduğunu gözönünde bulundurursak bu oldukça mantıktır. Bunun için ise, komaniterler şirketin durumu hakkında bilgilendirilme, yöneticilere yazılı sorular yönetme ve onlardan yazılı cevaplar talep etme haklarına sahiptirler.

Ortaklar kendi hisselerini ancak komandit şirketekinde tüm ortakların onayını almaları halinde üçüncü kişilere devrederbilirler. Komanditer, şirketekinde yatırım payına orantılı olarak kârдан

---

9 “Ticari Şirketler Kanunu” – 148 madde, nokta 1.
pay alam hakkına ve kayıtlı yatırım payı kadar zararı karşılama yükümlülüğine sahiptir.

**K.Ş çalışmasının sona ermesi** – Komandit şirketin çalışması şu durumlarda sona erebilir: tüm komanditerler ayrılırsa; bir komanditeye iflas süreci uygulanrsa; komanditelerden biri iş yapabilirlüğünü yitirirse; vefat eden komanditenin varisleri reşit değildirse veya yeni bir komandite ile değişmesi mümkün değilse ve başka durumlar. Komandit şirketin komanditerin vefatı ( gerçekteki kişi) veya tüzel kişi olan komanditerin iflası ile çalışmaya sonlandımadiğini vurgulamak gerekir.

Eğer komandit şirketten komanditerlerin tamamı ayrılırsa, şirket kamu ticaret şirketine dönüşüyor. Tüzük değişikliği ise ticaret sıcinin kayıdedildiıyor.

**6.2.5. SERMAYESİ PAYLARA BÖLÜNMÜŞ KOMANDİT ŞİRKET (SPBKŞ)**

*Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketin tanımlanması* - Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketi, şirket yükümlülüklerine karşı tüm mal varlıklarla sınırsız ve ortaklaşa sorumluluğa sahip olan bir ya da daha fazla komanditeler ve hissedar özelliği olan ve şirket yükümlülüklerine karşı sorumlu olmayan komanditerler kurmaktadır. Ana sermaye paylara/ hisselere bölünmüş olup komanditerlerin sayısı üçten az olamaz.


*SPBKŞ kuruluşu* - Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket sözleşmeyle kurulmaktadır. Sözleşme, noter tasdikli imza onayıyla en az beş kişi tarafından kuruluyor. Sözleşme şunları içermektedir: asgari ana sermaye payı; hisse senetlerinin verildiği tutar; şahsi bilgilerini ve ne tür hisse senetlerinin olduğuğun belirttiği hisselerin türü.
Komanditler sözleşme kuruluşuna katılma zorundadır. Ticaret sicedinde komanditlerin isimleri belirtilmektedir. SPBKŞ meclisinde komanditler ana sermayeye katılım paylarına orantılı olarak oy hakkına sahiptirler.

SPBKŞ’in yönetilmesi - Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketi komanditler yönetmektedir. Komanditler şirket yönetiminin bir ya da daha fazla ortağın güvencesine bırakabilirler.

Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket meclisi, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketin yönetilmesini kontrol etmektedir.

Denetim kurulu, özellikle yıllık muhasebe hesaplarındaki (eğer tespit edilmişse) düzensizlikleri ve yanlışları belirttiği olan yıllık raporu meclise sunmaktadır. Denetim kurulu, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket meclisini toplayabilir.
SONUÇ 3

İnsan kendi hayatını kolaylaştırmak için sürekli olarak ihtiyaçlarını gidermektedir. İki grup ihtiyaç vardır: doğal ve kültürel.

İnsan ihtiyaçlarını karşılama maksadıyla yapılan maddi varlığı elde etme sürecine üretim denir.

Üretim sürecinin normal seyretmesi için dört üretim faktörünün eş anlı mevcudiyeti gereklidir: emek, sermaye, toprak ve girişimcilik.

Kurucusu, ekonomik bir faaliyet gerçekleştiren gerçek kişi olan şirkete tek kişi işletmesi denir.

Kamu ticari şirketi, iki veya daha fazla tüzel veya gerçek kişinin – ortağın birleşmesi denir.

Limited şirket, ortakların önceden belirlenmiş olan şirketi ana sermayesine birer yatırım payıyla katıldığı bir şirket biçimidir.

Anonim şirket, tüzel ve gerçek kişinin anonim şirket değerinin bir kısmını teşkil eden hisse senetlerine kaydedilmeleri yoluyla kurulan bir şirket türüdür.

Komandit şirket, iki veya daha fazla kişinin – ortağın birleştiği şirket türüdür: komanditeler ve komanditerler.

Tartışma ve bilgileri yoklamaya yönelik sorular:

1. Hangileri insanın doğal, hangileri ise kültürel ihtiyaçlarıdır?
2. Ekonomik mallar kavramı ne anlama gelir?
3. Üretim kavramını tanımla!
4. Üretim faktörlerini say ve açıklak!
5. İşletmenin kurulmasına konu bazı bireysel amaçları say!
6. Ticari şirket kavramını tanımla!
7. Tek kişi işletmesi ne anlamına gelir?
8. Kamu ticari şirketi ile limited şirket arasındaki farkı açıkla!
9. Ortakların hisseleri ve yatırım payları arasındaki fark nedir?
10. Anonim şirket nasıl bir ticari şirket şeklidir?
11. Hisse senedi nedir?
12. Komanditer ile komandite arasındaki farkı açıkla!
KONUNUN İÇERİĞİ:
Varlıklar ve Varlıkların Önemi
Varlık Türleri
- Duran (Sabit) Varlıklar – Sabit Sermaye
- Duran Varlıkların Harcanması – Amortisman
- Duran Varlıkların Ayırımı
- Dönem (Değişken) Varlıklar – Döner Sermaye
- Dönem Varlıkların Ayırımı

İşletmeyi Finanse Etme Kaynakları ve Yöntemleri
- İşletmeyi Finanse Etme Kavramı ve İçeriği
- Öz Kaynakta Finans Etme
- Yabancı Kaynakta Finans Etme

Piyasa ve Piyasa Unsurları
- Arz
- Talep
- Denge Fiyatı
- Fiyat Oluşturma
- Piyasanın Tanımı ve İçeriği
- Piyasa Türleri
- Piyasanın İşlevleri

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- varlıklar ve onların ayırımını anlamak;
- hangilerin duran hangilerin ise dönen varlıklar olduğunu anlamak;
- işletmeleri finanse etme kaynaklarını anlamak;
- arz ve talebin içeriğini anlamak;
- ürün fiyatlarının oluşturulmasını anlamak;
- piyasa kavramını anlamak ve piyasa türlerini ayırt etmek;
- piyasa işlevlerini anlamak.
1. VARLIKLER VE VARLIKLERIN ÖNEMİ

Varlıklar, işletmelerin çalışmalarının maddi temeli olup var oluşlarının ve gelişimlerinin koşuluudur. İşletmeler farklı varlık türlerine sahiptir. Örneğin, işletmeler malzeme, alet ve donanım tedariki, çalışan maaşlarının ödeneği, elektrik enerjisi ve reklam harcamaları gibi giderlerin karşılanması için parasal varlıklar sahiptir. Aynı zamanda, işletmeler çalışma amaçlarını gerçekleştirmek için tesislere, makinelere, taşıma araçlarına vb. sahiptir. Gereklili olan varlıkların büyüklüğü ve yapısı her zaman işletmenin türune ve özelliğine bağlıdır.

İşletmenin sahip olduğu varlıkların tamamı nicelik ve nitelik bakımından onun görevlerine uygun olmalıdır. Nicelik bakımından dediğimiz zaman işletme görevlerinin boyutu ve uzun vadeli olması ile varlıkların onlara uyumlu olması düşündülmektedir. Daha büyük görevler ve daha büyük iş hacmi için “daha çok” varlığın olması kaçınılmazdır.

Varlıkların görevlerle nitelik bakımından uyumlu olması ise, varlıkların işletme faaliyetine uygun olması gerektiğini anlamına gelmektedir. Öyle ki, varlıkların türü ve miktarı işletmenin üretim veya ticaret faaliyetiyle uğraştığına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Eğer üretim faaliyeti söz konusu ise, o zaman varlık türleri söz konusu olan sanayi, inşaat, tarım veya başka bir üretim türünün olması bağlı olarak farklılık gösterir. Varlık türü ve miktarı aynı faaliyet söz konusu olduğunda bile farklılık gösterebilir, çünkü her şirketin (işletmenin) farklı varlık türlerine sahip olması gerektiren kendi spesifik özellikleri vardır.

İşletmenin sahip olduğu varlıklar işletmede geçirdikleri süre ile harcanma yöntemleri bakımından duran (sabit) ve dönen (değişken) varlıklar olarak ayrılırılmaktadır.
2. VARLIK TÜRLERİ

2.1. DURAN (SABİT) VARLIKLAR – SABİT SERMAYE

Duran (sabit) varlıklar, satın alınduktan sonra işletmede bir yıldan daha uzun süre kalan yani işletmenin üretim süreci boyunca birkaç defa kullandığı varlıklardır. Bu varlıklar tümü ve bir defadan değil, kısmen harcanmakta olup üretim süreci boyunca her yeni ürün kendi değerlerinin bir kısmını aktarmaktadır. Duran (sabit) varlıklar, üretim sürecinde sürekli olarak kullanılmaktadır. Fakat, uzun vadeli olarak kullanımında olmalarına rağmen onlar değişmemiş ve daimi olarak görülmektedir. Bu süreklilik bir defadan daimi olarak verilmemiş, çünkü onlar fiziksel ve değerli olarak sürekli harcanmaktadır. Dolayısıyla, duran (sabit) varlıklar belirli bir zaman döneminin geçmesinden sonra harcanmış olacak ve yenileriyle değiştirilmeleri gerekecektir.

Üretim işletmesinde duran (sabit) varlıklar şunlar olurdu: üretim alanı, hammade ve malzeme stoklama deposu, tesisat ve yapılar, donanımın tamamı, makineler, aletler, taşıma araçları vb.

2.2. DURAN VARLIKLARIN HARCANMASI – AMORTİSMAN

Her üretim sürecinin bitiminden, yani üretilen ürünlerin satışından sonra işletme duran (sabit) varlıkların harcanan kısmını değiştirmek için varlık ayırmak zorundadır. Ayrı bir hesapta tutulan bu varlıklara amortisman varlıkları denir.

Amortisman, harcanan ve ya eskimeye yüz tutan duran varlıkların kaybolan değerini parasal ifadesi teşkil etmektedir. Dolayısıyla, amortisman duran varlıkların harcanmasının parasal ifadesi- dir. Amortisman, yıllık ve aylık olarak hesaplanabilir. Duran varlığın belirlenen kullanım süresinin sona ermesinin ardından...
amortisman hesabında yeni bir duran varlık satın almaya yetecek kadar parasal varlıkların ayrılmış olması gerekmektedir. İşletmenin çalışmasındaki diğer harcamalar gibi amortisman da yeni ürünün fiyatına dahil edilmektedir.

Amortisman şöyle olabilir:
- Zamansal amortisman ve
- İşlevsel amortisman.

**Zamansal amortisman**, varlığın alımından onun tamamen kaydının silinmesine (harcanmasına) kadar olan zamanı göz önünde bulundurulmaktadır. Örneğin, eğer makinenin alış fiyatı 850.000 den., kullanım süresi de 10 yıl ise, amortisman şu şekilde belirlenmektedir:

\[
A = \frac{850.000}{10} = 85.000 \text{ den.}
\]

10 yıl sonra yeni bir makine satın alabilmek için yıllık 85.000 den. ayrılması gerekmektedir.

**İşlevsel amortisman**, varlığın kullanım derecesine bağlı olarak amortismanın hesaplanmasına dayanmaktadır. Örneğin, üretim ve tarım makinelerinin işlevsel amortismanı üretim sürecinde geçilen çalışma saatleri üzerinden ifade edilebiliyorken, otomobillerin amortismanı ise geçilen kilometrelerin sayısına göre ifade edilebilir.

---

**Ek bilgi!**

2.3. DURAN VARLIKLERIN AYRIMI

Duran varlıklar üç gruba ayrılmaktadırlar:
- gayri maddi yatırımlar,
- maddi yatırımlar ve
- uzun vadeli mali yatırımlar.

Gayri maddi yatırımlar (maddi olmayan), daha uzun bir zaman diliminde etkin olan yatırım şeklidir. Buraya ana sermaye yatırımları, patentler, imtiyazlar vb. düşmektedir.

Ana sermaye yatırımları maddileşmiş varlıklar değil, duran varlıkların kullanımına başlamadan önce onların sağlanması için gereken belgelerin hazırlanmasına ilişkin maliyetlerdir. Örneğin, proje ve diğer belgelerin hazırlanması, çalışanların mesleki eğitimi ve gelişimi için giderler vb. düşmektedir. Patentler, lisanslar, imtiyazlar hakları ifade etmektedir.

Patent, kayıtlı bir icadı ifade etmektedir.

Lisans, yabancı bir icadin satın alınmış kullanma hakkını ifade etmektedir.

İmtiyaz, kamu mallarının kullanılması, maden zenginliklerinin çıkarılması, hava sahasının kullanılması vb. haklarını ifade etmektedir.

Maddi yatırımlar, en çok sayıda ve en önemli olan duran (sabit) varlıkların toplam değerine ve bu değere göre duran (sabit) varlık olarak muhasebe kaydı yürüttüyör.

Lisans, yabancı bir icadin satın alınmış kullanma hakkını ifade etmektedir.

İmtiyaz, kamu mallarının kullanılması, maden zenginliklerinin çıkarılması, hava sahasının kullanılması vb. yetkilerin bir şirkete devlet tarafından verilmişini ifade etmektedir.

Maddi yatırımlar, en çok sayıda ve en önemli olan duran (sabit) varlık grubunu teşkil etmektedir. Onlar doğal zenginlikler (inşaat veya tarım arazisi, ormanlar, otlaklar vb.) veya inşaat yapıları, makineler, donanım, taşıma araçları, uzun yıllık ekinler, hayvan sürüleri vb. olabilir.

Uzun vadeli mali yatırımlar, işletmenin işbirliği kurduğu şirketlere yatırıldığı varlıklar ondan sonra, menkul kıymetler ve yurt içi ve dışında verilen krediler gibi bankalara yatırıldığı varlıklar. İşletmelerin bu tür yatırımları uzun vadeli olma özelliği taşımaktadır.
2.4. Dönem (Değişken) Varliklar — Dönem Sermaye

Dönem (değişken) varlıklar, işletmede kısa süre kalan (bir yıla kadar) varlıklarıdır. Bu varlıklar, tek seferlik, maddi ve değer-sel olarak yeni ürûne dahil edilmektedir.

Her işletme kendi faaliyetini yürütebilme için duran (sabit) ve dönem (değişken) varlıklara eş zamanlı sahip olmalıdır. Uzun vadeli olma özelliğine sahip olan duran (sabit) varlıklara kıyasen dönem (değişken) varlıklar kısa vadeli (kısa ömürlü) özelliğe sahiptir, çünkü bir defadan veya kısa zaman aralıklarını içinde harcanmaktadır. Örneğin, bir defa kullanılmış olan kumaş konfeksiyon olup bir daha kumaş olarak kullanılamaz. Yeniden bir konfeksiyon için yeni bir kumaş parça gerekli olacaktır. Bu varlıklar dönem özelliğine sahiptir, yanı yılda en az bir defa şekil değişikliğine uğramaktadır. Örneğin, mali varlıklar hammadde ve malzeme alımı, çalışan maaşlarının ödenmesi vb. için kullanılabilir. Alınan hammadde ve malzemeler üretimde kullanılmaktadır ki, mal ve hizmet üretimi için tamamen harcanmaktadır. Ondan sonra, üretilen mal ve hizmetler satılan, yeni mali varlıklara dönüşene kadar belli bir süre işletmede stok şeklinde var olurlar. Demek ki, dönem (değişken) varlıklar öncelikle parasal şeklinde sahip olup hammadde ve malzeme alımı için kullanılmaktadır. Hammadde ve malzemelerin satın alınması sırasında dönem (değişken) varlıklar maddi şekil kazanmaktadır. Hammadde ve malzemelerden hazırlık ürün meydana geldiğiinde de bunlar maddi şekillerini korumaktadır ki, nihayet satılmalarından sonra tekrar parasal şekilde dönüşebilisinler.
2.5. DÖNEN VARLIKLERIN AYRIMI

Dönen varlıklar dört gruba ayrılır: 
- parasal varlıklar ve menkul kıymetler, 
- çalışmadan doğan kısa vadeli alacaklar, 
- kısa vadeli mali yatırımlar, 
- stoklar.

Parasal varlıklar, banka hesaplarındaki paralar, kasadaki paralar (nakit paralar), döviz hesaplarındaki dövizler vb. düşmektedir. Menkul kıymetlere ise, çekler, senetler, hisse senetleri, tahviller ve diğer menkul kıymetler girmektedir.

Çalışmadan doğan kısa vadeli alacaklar, satılan ürünlerin ertzelene de ödemeinden veya taksitli satışlardan kaynaklanan müşteri alacaklarına ilişkindir.

Kısa vadeli mali yatırımlar, bağlı şirketlere olan yatırımlar, bankalara yapılan yatırımlar, kısa vadeli menkul kıymetlere yapılan yatırımlar, yurt içi ve dışında verilen kısa vadeli krediler vb. oluşturmaktadır.

Stoklar, depolarda yedekte tutulan hammade ve mazlemeler, yedek parçalar, ufak envanter, hazır ürünlerden vb. oluşmaktadır.

Resim no.5 İşletmenin varlıkları
3. İŞLETMENİN FİNANSE ETME KAYNAKLARI VE YÖNTEMLERİ

3.1. İŞLETMENİN FİNANSE ETME KAVRAMI VE İÇERİĞİ

Her işletmenin mali varlıkları sürekli kullanmaya ihtiyacı vardır. Dolayısıyla, şirkette sürekli finansman süreci gerçekleşmektedir ki, bu süreç mevcut sermayenin kullanılma koşullarının değişmesine bağlı olarak değişir.

Finans etme, işletme çalışmasının ve gelişiminin normal bir şekilde gerçekleşmesi için kaçınılmaz olan yeterli mali varlıkları sağlama çabasıdır. Başka bir deyişle, finans etme kavramından işletme sahibinin belirlemiş olduğu hedeflere ulaşması için öz ve yabancı kaynak sağlama ve bunları düzgün kullanmaya yönelik şahsi çabası anlaşılmaktadır.

Finanas etme tanımında şu kilit bölümler ele alınmıştır: Birincisi, işletme sahibi başlangıçta işletmeye başlamak için kaçınılmaz olan mali kaynakları bulmak için çok sayıda faaliyet üstlenmektedir. İkinci bölüm, ekonomik fayda sağlamak için finansal varlıkların düzgün kullanılmasına ilişkendir ve üçüncü bölüm ise, finansal varlıkların geri ödeme biçimi ve dinamikine ilişkendir eğer, işletme öz kaynakları yanı sıra yabancı finansman kaynakları da kullanıyorsa.

3.2. ÖZ KAYNAKTAN FİNANS ETME

Öz kaynaktan finans etme, işletme sahiperinin geri ödeme yükümlülüğü olmayan varlıklarına dayanır.

Finansal varlıkların öz kaynaktan olan kısmı genelde işletme menin çalışmasını sağlayan temel kaynakları teşkil etmektedir. Şirket kurucuları (bir ya da daha fazla gerçek veya tüzel kişi de olsa), öz yatırımlarını sayesinde işletmeeye başlamak için gerekli olan varlık miktarını sağlamaktadır.
Öz kaynaktan finansmanın çok sayıda türü olup bunları iki gruba ayıralabiliriz:

a) Şirketi kurma sırasında **sahiplerin yatırım şeklindeki varlıkları:**

Şirket **sahibinin sermayesi**, işletmeyi finanse etmenin temel kaynağıdır. İşletmeye başlamak için şirketin faaliyetine ve büyüğüne uygun miktarda ve yapıda finansal varlıkların sağlanması gerekmektedir (asgari tutar Kanun ile belirlenmiştir). Sahibin finansal varlıkları birçok kaynaktan olabilir: tasarruflar, şahsi gayrimenkul satışından elde edilen paralar, şahsi menkul kıymetlerden elde edilen paralar, miras, hediye vb.


b) **Şirketin çalışma sırasında oluşan tasarruflar.** Bu varlıklar şunlardır:

**Kâr**, şirketin en önemli finansman kaynağını teşkil etmektedir. Şirket daha yüksek kâr elde ettiğçe kendi çalışmasını finanse etme olanlığı da daha yüksek olur.

**Amortisman**, şirket sahibinin çalışmanın bir kısmını finanse etme kaynaklarından biridir. Finansman biçimleri olarak amortisman, duran (sabit) varlıkların yüksek değere sahip olup teknik-teknolojik gelişim baskısının hissedildiği işletmelerde anlam kazanmaktadır. Bu kaynak, şirketin sermayesini artırmaya da duran (sabit) var-
likların harcanan değerini telafi etme gerçeğinden dolayı önemli bir finansman kaynağı teşkil etmektedir.

Eğer öz finansman kaynakları yeterli değilse, o zaman işletmeler finansal/mali piyasalardan elde ettiğleri ek (yabancı) kaynakları kullanmak zorundadır.

3.3. YABANCI KAYNAKTAN FİNANS ETME

Şirketin çalışması, gerçekleştirdiği faaliyete bağlı olmasızın gerekli olan finansal varlıklarla desteklenmelidir. Öz kaynakta finans etmenin taşıdığı büyük öneme rağmen uygulamada yabancı kaynakta da finansman kullanmanın kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Öz finansman kaynakları genelde başlangıç yatırım ve şirket çalışmasının genişletilmesi için yetersizdir.

Şirket çalışmasının yabancı kaynakta finanse edilmesinin en sık rastlanan şekli kısa vadeli ve uzun vadeli krediler yanısıra, hisse senedi ihracı veya ticari tahvıl satışı yoluyla varlıkların toplanmasıdır.

Aslında kısa vadeli kredilerle her günlük çalışma giderlerinin finansmanını sağlamaktadır. Onlar, cari yılın hangi bir döneminde bir defadan geri ödenmektedir.

Kısa vadeli kredi kaynakları şunlardır: ticari krediler, mali kuruluş kredileri ve diğer şirketlerden alınan krediler.

**Ticari kredi**, şirketin tedarikçiden belli bir ürün sipariş edip borcu daha sonra ödendiğinde söz konusudur. Tedarikçilere karşı ödenmemiş borçlar (paralar), şirket açısından kısa vadeli kredi oluşturur. Örneğin, ekmek üretimi yapan bir şirket tedarikçiden belli bir ürün sipariş ediyor ve parasını 3 veya 6 ay sonra sözleşmeli olarak ödüyor.

**Mali kuruluş kredisi**, şirket bir banka, fon, sigorta şirketinden bir yıla kadar geri ödeme vadesiyle kredi aldığında söz konusudur. Bu kredi dönen (değişken) varlıklar sağlamak için kullanılır: hammadde, malzemeler veya satış için hazır ürünler.

**Diğer şirketlerden alınan krediler** – şirketin finansman (kredilendirme) kaynağı başka bir şirket de olabilir – yeni ticari ortak. Ticari ortak, kendisi için herhangi bir ekonomik fayda elde etmek için şirkete kredi sağlamaktadır. Örneğin: hammadde ve malzeme tedariki, hazır ürünlerin satış için olması için kredi alınırlar. Öyle ki, meyve ve sebze işletmeleri işlemek için ihtiyaç duydukları tarım üretilenin artması için kredi sağlamaktadır.

Uzun vadeli krediler, elde edilen kârdan veya amortisman için ayıran varlıklardan geri ödenmektedir. Uzun vadeli kredilerin yatırım özelliği taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda bankalar bu kredileri vermek için genelde şirketlerden söz konusu mali varlıkların kullanıma biçimini gösteren iş planı istemektedir.


5. PİYASA VE PİYASA UNSURLARI

5.1. ARZ

Arz, işletmelerin belirli bir dönemde farklı fiyatlar üzerinden üretmeyi ve satmayı istedikleri ve bunu yapabildikleri farklı mal ve hizmet miktarlarını ifade etmektedir.

Bireysel arz ve toplam arz (piyasa arzı) arasında fark görüyorum.

*Bireysel arz*, bir işletmenin üretmeye istekli ve yetenekli olduğu ve belirli bir zaman diliminde farklı fiyatlar üzerinden satmayı istedikleri bir işletmenin üretmek ve satmak istedigi ve bunu yapabildiği çikolata miktarını ifade etmektedir.

*Toplam arz* (piyasa arzı), piyasada tüm bireysel katılımcıların arzlarının toplamını ifade etmektedir. Örneğin, tüm şekerleme işletmelerinin üretmek ve satmak istedikleri ve bunu yapabildikleri çikolata miktarının toplam arzını oluşturmaktadır.


Fiyat yanı sıra arzın bağlı olduğu başka faktörler de vardır. Örneğin, işletmenin karı, teknolojinin gelişmesi, üretim hacmi, üretim faktörleri fiyatlarının hareketleri, ürünümüzle bağlantılı olan ürünlerin fiyatları vb.
Fiyatin arz edilen bellii ürününün miktarı üzerindeki etkisi *arzin fiyat esnekliği* ifade etmektedir.

Eğer bir ürünün fiyat değişikliği söz konusu ürün arzının üzerinde etkiliyse, o zaman esnek arz olduğunu söylüyoruz. Örneğin piliç fiyatı artarsa, kümes hayvanı çiftliği sahibi daha fazla üretim yapıp piyasada daha çok piliç satmayı isteyecektir.

Aksine, fiyat değişikliğinin arz edilen ürün miktarı üzerinde etkili olmadığı veya az bir etkisinin olduğu duruma ise esnek olmayan arz söz konusudur. Örneğin, ekmeğin fiyatı yükselirse ekmeğin üreticileri daha fazla üretmeyecek, çünkü toplumun ekmeğin talebi göreli olarak sabittir.

5.2. TALEP

Piyasada arza karşı gelen diğer tarafı talep denir. Talep kavramı, tüketicilerin (işletmeler, Hükümet ve hanehalkı) belli istek veya ihtiyaçlarını karşılamaları için belli bir dönemde ve belli bir fiyat üzerinden satın almayı gerektiği belirli bir mal veya hizmet miktarını ifade etmektedir.

İki tür talep ayırt edilmektedir: bireysel ve toplam talep.

*Bireysel talep*, bir kişinin (veya bir işletmenin) belli bir dönemde almak istediği ve fiyatını karşılamayı hazırlığa hazır olduğu mal veya hizmet miktarını ifade etmektedir.

*Toplam talep*, piyasada belli bir dönemde talep edilen belli bir mal veya hizmetin bireysel taleplerinin toplamını ifade etmektedir.
Talep, sabit bir büyüklük değildir. Talep, zaman içerisinde çok sayıda faktöre bağlı olarak değişmektedir. Talebin büyüklüğünü ve yapısını belirleyen en önemli faktörler şunlardır: mal ve hizmet fiyatlarının yüksekliği ve tüketici alım gücü. Belli bir ürünün fiyatı yükseldiğinde o ürünün piyasadaki talebi azalacaktır ve aksine (tablo no.2 ile resim no.8 bknz.). Taleple fiyatlar arasındaki bu ilişki Talep Kanunu olarak adlandırılmaktadır.

Tüketici gelirlerinin yüksekliğinin talebe olan etkisi söz konusu olduğunda gelir arttıktca insanların harcayacak daha çok paralarının olacağı açıktır. Bu durumda da onlar daha çok mal veya hizmet satın almak isteyecek ve alabileceklerdir.

Bir ürünün piyasadaki talebi başka bir ürünün (ikame) fiyatının değişmesi sonucu da değişebilir. Örneğin, tereyağının fiyatının artması sonucu margarin talebi artacaktır ancak, onun ikamesi olan margarin talebi azalacaktır.

Fiyatın, talep edilen belli ürün miktarı üzerinde etkili olması talebin fiyat esnekliği olarak adlandırılmaktadır. Ürün sınıfini, yani hayatın idame edilmesi açısından vazgeçilemez olup olmamasına bağlı olarak talep esnekliği farklıdır. Temel hayat ihtiyaçları karşılamaya yarayan ürünlerde talebin fiyat esnekliği çok küçük iken lüks ürünlerde daha büyütür. Örneğin, ekmek fiyatının değişmesi piyasada talep edilen ekmek miktarı üzerinde büyük etkiye sahip olmayaacaktır (ekmek talebi aynı kalacaktır). Fakat, benzin fiyatlarında artış olursa bu durumda insanlar şahsi araçlarını daha az kullanıp alternatif taşıma araçlarını (otobüs, bisiklet vb.) kullanma
yoluma gidecekler ki, bu durum benzin talebinin azalmasına neden olacaktır.

Talebin, gelir yüksekliğinin değişmesine bağlı olarak değişmesi yoğunluğuna talebin gelir esnekliği denir.

Talebin, başka bir ürünün fiyat değişliğine bağlı olarak değişmesi yoğunluğuna talebin çapraz esnekliği denir.

5.3. DENGİ FİYATI

Piyasada sunulan her mal veya hizmetin kendi fiyatı vardır. Fiyat, rakamsal olarak belli bir para birimi (denar, avro, dolar vb.) üzerinden ifade edilmektedir. Örneğin, bir kitabın değeri 250 denardır. Fiyat, satışcinin mal veya hizmetin satışı sırasında alıcıdan/müşteriden almayı beklediği para tutarını ifade eder. Alıcı için fiyat, bir birim mal veya hizmet için ödemesi gereken para miktarını ifade etmektedir.

Fiyatla mal veya hizmetin piyasa değeri, yani bir birim mal veya hizmet üretmek için kullanılanmiş olan üretim faktörlerinin piyasa değeri ifade edilmektedir. Buradan hareketle diyebiliriz ki, fiyat mal veya hizmetin parasal değerini ifade etmektedir. Fiyatla mal veya hizmetin piyasa değeri, yani bir birim mal veya hizmet üretmek için kullanılanmiş olan üretim faktörlerinin piyasa değeri ifade edilmektedir. Fiyat, mercado in para birimi üzerinden alıcının mal veya hizmetin satışı sırasında alıcının almak istediği miktarı ifade eder. Fiyat, mercado in para birimi üzerinden alıcının almak istediği miktarı ifade eder.
piyasa talebiyle eşitlenmişti noktadır. Bu noktayı iktisatçılar den-ge fiyatı (dengeleme fiyatı, veya piyasadaki eder fiyatı) olarak adlandırmaktadır. Örneğin, 9 no’lu resimde bu nokta 3 para birimi üzerinden A harfiyle gösterilmiştir.

Ürün fiyatı/ Piyasa Fiyatı

Herhangi bir başka fiyat durumunda piyasanın dengesi bozulmakta ve piyasada ilgili ürün yetersiz ya da fazla olmaktadır.

Yetersizlik (eksiklik), alıcıların satıcıların satmak istediğinden daha çok satın almak istedikleri, yani belli bir ürün talebinin arz edilenden daha yüksek olduğu durumlarda söz konusudur. Böyle koşullarda alıcılar arasında rekabet olduğundan dolayı fiyat denge düzeyine kadar yukarıya doğru hareket ediyor.

Fazla, üreticilerin alıcıların almak istediklerini yani, arzın talepten daha büyük olduğu durumlarda söz konusudur. Bu durumda üreticiler arasındaki rekabet, ürûnün fiyatını aşağıya doğru denge düzeyine kadar itmektedir.
5.4. FİYAT OLUŞTURMA

**Maliyet esasına göre fiyat.** Bu fiyat belirleme yönteminde fiyat düzeyinin işletmenin çalışma maliyetlerini, karşılaması gerektiğini varsayımından hareket edilmektedir. Bu maliyetlere sahibin harcadığı emeğin karşılığı olarak belli miktarda (oranda) kâr payı ekleniyor ki, bu miktarın işletmenin çalıştığı ilgili koşullar kapsamında optimum olması gerektiğini gerektirir. Bu maliyetlerin işletme kayıtlarında göreli olarak basit bir şekilde takibi yürütülebildiğiinden dolayı bu şekilde belirlenen fiyat uygulaması sıkça kullanılmaktadır.

**Pratikte esnek kâr payı oranı uygulanmaktadır** ki, bu maliyetlere piyasa koşullarına bağlı olarak farklı kâr payı tutarının eklendiği anlamına gelmektedir (rekabet ve piyasa fiyatlarına bağlı olarak daha düşük veya daha yüksek kâr payı yüzdesi hesaplanmaktadır).

**Piyasa ilkesine göre fiyatın belirlenmesi.** Piyasada rekabet ilişkilerinin mevcut olduğu koşullarında arz ve talep arasındaki ortaklaşa ilişki fiyat belirlemeye esas teşkil etmekle olup şu durumlar ortaya çıkabilir:

1. Piyasada sabit ürün arzının olduğu koşullarda talebin azalmasıyla (arz aynı kalmaktadır) ürünün fiyatı da azaltıcıdır; 
2. Talebin sabit olması durumunda arzin değişimmesi de ürün fiyatının değişimmesi üzerinde etkilidir. Dolayısıyla, arzin artması fiyatların azalmasını ve aksine sağlanmaktadır. 
3. Arzin ve talebin aynı anda değişimleri durumunda değişikliklerin yoğunluğuna bağlı olarak farklı ilişkiler meydana gelebilir. Öyleki, tipik olarak şu dört temel ilişki ele alınabilir: 
   - ürün arzı ve talebinin aynı anda artması durumunda ürün fiyatı değişmeden kalır;
- belli bir ürün talebinin arzdan daha çok büyümesi, ürün fiyatının artmasına neden olmaktadır;
- arzın artışının talebeden daha büyük yoğunlukta olması, ürün fiyatının düşmesine neden olmaktadır ve
- ürün arz ve talebinin aynı yoğunlukta azalması, ürün fiyatında değişiklik meydana getirmez.

**Fiyat politikası** – İşetmeler, daha büyük satış miktarı ve dolayısıyla daha yüksek kâr sağlamak için genelde sağlıklı fiyat politikaları da geliştirmektedir.

Fiyat politikası kavramından, fiyatlarla ilişkin kararların getirilmesinde işletmenin kati yaklaşımının esasını teşkil edecek olan kriterlerin belirlenmesi anlaşılmaktadır. Fiyat politikasıyla öncelikle fiyatlara ilişkin kararların getirilmesi sürecindeki işlemlerin belirlenmesi gerekmektedir. Örneğin, alıcıların belli bir ürünü satın alması için psikolojik etkide bulunmaktadır amacıyla psikolojik fiyat olarak adlandırılan fiyatlar kullanılmaktadır. Öncü fiyatları, cazip fiyatları, tek sayı fiyatları, prestijli fiyatları vb. bu tarz fiyatlardır.

a) **Öncü fiyatlar** – Süpermarketler başta olmak üzere işletmelerin çoğu müşterileri çekmek için birkaç ürünün (iyi bilinen, marka ve sıkça satın alınan) fiyatında zaman zaman indirim yapmaktadır. Fiyatları indirilen ürünler lider (öncü) olarak adlandırılır. Amaç, bu tarz ürünlerdeki düşük fiyatlar sayesinde müşterilerin “lider” olarak adlandırılan ürünler satın almak için mağazaya girmeyi sağlayıp bu arada “düzenli” fiyatlı diğer ürünleri de satın almalarıdır. Mağazanın beklediği netice ise satış miktarının ve bu sayede kârin büyümesidir.

b) **Cazip fiyatlar** – Albenisi olmayan bir ürün seçiliyor ve fiyatı olan üstü bir şekilde düşürülüyor. Amaç, bu ürünün satışını artırmak değil, müşterilerin mağazaya girmesini ve fiyatında indirim uygulanmamış olan başka ürünlerin satış alırmak Mağazadan çıkmalarını sağlamaktır.

c) **Prestijli fiyatlar** – Bunlar yüksek düzeyli olarak oluşturulan fiyatlardır. Tüketicilerin kendi statülerini ispatladıkları
ürünlerde kullanılmaktadır. Genelde prestijli markalar satan mağazalarda kullanılmakta olup müşterilerin ilgisi ise belirleyici yüksek fiyatla çekilmektedir.

**d) Tek sayılı fiyatlar** – Bunlar genelde 9 rakamıyla biten fiyatlar olup düşük fiyat algısı yaratmaktadır. Bu tarz fiyatlar lüks ve kalıcı özelliği olan ürünler hariç tüm ürünlerde uygulanmaktadır.

### 5.5. PIYASANIN TANIMI VE İÇERİĞİ

Piyasa kavramı, bir ekonomideki iktisadi kurumlar arasında mal, hizmet, para, menkul kıymet, işgücü, bilgi vb. organize değişimini ifade etmektedir.


Arz ve talep arasında sağlanan dengenin sonucu olarak değişim tozunun arz ve talebin köpme eylemlerinin toplamına, iktisadi kurumlar arasındaki rekabet ilişkisine, entegre piyasanın varlığına, mal ve hizmet piyasalarına, para piyasasına, işgücü piyasasına, sermaye piyasasına vb. dördüncü, fiyatların arz ve talebin etkisi altında serbestçe belirlenmesine.

Piyasanın yani, arzin, talebin ve fiyatların ekonominin temel sorununun “ne, nasıl ve kimin için üretimli” sorusunu çözümlerini durumda, esas özelliği isteğe bağlı değiş tozun olası piyasa ekonomisinin mevcut olduğunu söylüyoruz. Piyasada mal ve hizmetler, insanlar arasında isteğe bağlı değiş tozun konusudur.

10 no’lu resimde görüldüğü üzere paralar, mal ve hizmet karşılığında hanehalkından işletmelere doğru yönlendiktedir. İş- letmeler, çalışanların maaşlarını ve üretim sürecinde kullanılan diğer faktörlerin ödemelerini gerçekleştirmektedir.
5.6. PİYASA TÜRLERİ

İktisat biliminde farklı kriterlere göre çok sayıda piyasa sınıflandırması ve ayırımı mevcut olup buradan hareketle çok sayıda piyasa türlü söz konusudur.

Piyasadaki alım satım konusu ile kullanım alanı bakımdan şu ayırımı yapıyoruz:
- mal ve hizmet piyasası;
- üretim faktörleri piyasası
  (para piyasası, sermaye piyasası, emek piyasası vb.)

Üretim faktörleri piyasası, kaynak sahipleriyle işletmeler arasında isteğe bağlı değiş tokuşu ifade etmektedir. İşletmeler, hanehalkının kaynaklarını (emek, sermaye, toprak ve girişimcilik) karşılığında paralarla değiştirmektedir. Bu piyasa aynı zamanda üretim-hizmet tüketimi piyasası yani, işletme tüketimi olarak da adlandırılmaktadır. Üretim faktörleri piyasası, hangi kaynağıın alım konusu olduğuna bağlı olarak farklı türlerde ortaya çıkabilirdir.

Bölgenin büyüklüğine göre piyasa türleri, bölgelen açısından bir ayrım olup muhtelif ürünlerin daha küçük veya daha büyük bölgede gerçekleşiyor olması varsayımından hareket etmektedir. Bu açıdan bakıldığında mevcut olan piyasa türleri (tipleri) şunlardır:

a) **Yerel piyasa**, genelde küçük yerleşim yerlerine, şehir veya bellediyelere ilişkin olan sınırlı bölgeleri teşkil etmektedir.

b) **Bölgesel piyasa**, benzer özellikleri ve bölgesel olarak bağlı olan birkaç yerel piyasayı kapsamaktadır. Örneğin, Ohri-Struga bölgesi turizm hizmeti açısından karakteristiktir.

c) **Milli piyasalar**, devletin milli sınırları içerisinde yer almaktadır. Esasında bu piyasalar, bir devletin milli arz ve talebin etkisi altında alım satımın gerçekleştiği piyasaları teşkil etmektedir.

d) **Uluslararası piyasa** – Bu piyasada alım satım farklı ülke kurumları arasında gerçekleşmektedir. Uluslararası piyasa, bölgesel ve küresel özelliğe sahip olabilir. Bölgesel uluslararası piyasa birbirinde birkaç ülkeden alıcı ve satıcılar, küresel piyasada ise dünya çapındaki ülkelerin çoğu katılmaktadır.

Zamansal boyuta göre piyasa ilişkileri gerçekleştiğinde şu piyasa türleri söz konusudur: geçmiş, şimdiki ve gelecek piyasa. Belli bir zaman diliminde de arz ve talep arasındaki ilişkiler, iktisadi kurumların (işletmeler) faaliyetlerini belirleyecek olan değerlere göre hareketleri tespit etmek için gerekli olan analizler açısından önemlidir.
Piyasa ayırımı yapmaya yarayan başka kriterlerde vardır. Örneğin, satışı örgütleme yöntemine göre şu organize piyasa türlerini ayırı ediyoruz: fuarlar, borsalar, açık artırımlar, toptan satış pazarları vb.

5.7. PIYASANIN İŞLEVLERİ

Piyasanın işlevleri aracılığıyla ilgili piyasanın ne derece faydalı olduğu anlaşılabilir.

**Piyasa, malları, hizmetleri, semayeyi, emeği vb. objektif olarak değerlendirilerek önemli bir rol oynar.** Eğer bir üretici ürünün üretilmesinde çok yüksek maliyetler gerçekleştirirse ürünlerini satamaz, çünkü müşteriler diğer üreticilerin daha ucuz ürünlerini satın alacaklardır.

**Piyasa, üreticileri mal ve hizmetlerin kalitesini artırmaya yönelik teşvik etmektedir.** Tüketiciler ise kendi ihtiyaçlarını karşılamak için üreticilere daha yüksek düzeyde karşılanmasını ararlar. Ürün seçeneğinin genişletilmesiyle tüketicilerin seçme özgürlüğü artmaktadır. Tüketici istek ve zevkleri oldukça subjektif olup piyasa, içindeki rekabet, çeşitli ve zengin arzla yüzleşmektedir.


**Piyasa, işletmeleri daha ekonomik çalışma yürütmeyi düşünmeleri yönünde teşvik etmektedir.** Bu işlev de rekabetin etkin etmesi için olgunluk, yeni teknolojiler kullanmakta, tüketiciye daha etkin bir biçimde ulaşma yöntemlerini geliştirmek, ürün ve hizmetlerin kalitesini iyileşirmektedir.

**Piyasa, bazı olumsuz oluşumlar da meydana gelmektedir: monopolleşme, haksız rekabet, fiyatların sıkıştırılması vb.**

- Bir işletme bir mal veya hizmetin tek arz edeninde veya arzın en büyük kısmını teşkil ettiğinde ve tüketiciyle...
monopolcü yöntemle oluşturulmuş yüksek fiyatlarla yaklaştığında bu işletmenin piyasada monopole sahip olduğunu (seçim özgürlükleri kısıtlanmış olduğundan tüketiciler ilgili fiyatları kabullenmek durumundadır) söylenir. Böyle olumsuz bir oluşum monopolcü işletmelerin fiyatlarının devlet tarafından kontrol edilmesiyle engellenmektedir (anti monopolcü kanunlar).

- İşletmeler arasındaki haksız rekabet aslında adil olmayan rekabettir: rakip mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili yalan bilgilerin yayılması hatta, rakibi “karalama” maksadıyla tüketicilerin kandırılması.
- Fiyatların şişirilmesi, bazı işletmelerin kurnazca, belli zaman dilimlerinde arzı azaltarak veya piyasadaki bazı uygun durumları kullanarak fiyatlarında yapay artış oluşturdukları olumsuz bir oluşumdur.
- Piyasada dengesizlik/sorun meydana geldiğinde piyasa ilişkilerinin tekrar normale dönmesi için devlet araya girmektedir.

ANAHTAR KAVRAMLAR:

DURAN VARLIKLAR
DÖNEN VARLIKLAR
AMORTİSMAN
KISA VADELİ KREDİ
UZUN VADELİ KREDİ
HİSSE
TİCARİ TAHVİL
ARZ
TALEP
FİYAT
DENGE FİYATI
PİYASA
Duran varlıklar, işletmede daha uzun süre kalıp kademeli olarak harcanan varlıklarıdır. Dönen varlıklar işletmede kısa bir zaman diliminde kalan ve sürekli olarak bir şekilde başka bir şeke geçen varlıklardır.

Amortisman, eskiyen veya harcanan duran varlıkların kaybolan değerini ifade etmektedir.

İşletmelerin yabancı kaynaktan finans edilmesinin en sık kullanılan şekilleri kısa vadeli ve uzun vadeli krediler olup hisse senedi veya tahvıl ihracı da daha nadir rastlanan şekillerdir.

Sabit maliyetler, üretilen mal veya hizmetlerin sayısına bağlı olmaksızın her zaman aynı kalan maliyetlerdir. İşletmeler çalışmadığında da bu maliyetler mevcuttur. Sabit maliyetlere kıyasla değişken maliyetler ise üretim hacminin değişmesine bağlı olarak değişmektedir.

Toplam maliyetler, sabit ve değişken maliyetler toplamını teşkil etmekle olup ürün birimi başına toplam maliyetler (ortalama maliyet) ise, toplam maliyetlerin üretilen ürün miktarıyla bölünerek elde edilmektedir.

Fiyat, alıcının bir birim mal veya hizmet için satıcıya ödemesi gereken parasal tutarı ifade etmektedir.

Piyasa, insanlarla işletmeler isteğe bağlı olarak birbirleriyle değiş tokuş gerçekleştirdiklerinde oluşmaktadır. En önemli piyasa ayrımı ise piyasanın mal ve hizmet piyasası ile üretim faktörleri piyasasına ayrılmıştır.

**Tartışma soruları:**

1. Hangi varlıkların duran, hangilerin ise dönen olduğunu açıkla!
2. Amortismanın nasıl hesaplandığını açıkla!
3. İşletmenin bireysel kaynaktan finanse edilmesini açıkla!
4. İşletmenin yabancı kaynaktan finanse edilmesini açıkla!
5. Sabit ve değişken maliyetler arasındaki fark nedir?
6. Denge fiyatı nedir?
7. Fiyatların nasıl oluşturuldüğunu açıkla!
8. Piyasa kavramından ne anladığını ve hangi piyasa türlerinin mevcut olduğunu açıkla!
KONUNUN İÇERİĞİ:
Maliyet Kavramı ve İçeriği
Maliyet Sınıflandırması ve Türleri
- Üretim Hacmine Göre Maliyetler
- Marjinal Maliyetler
- Sermaye, Emek ve Toprak Maliyetleri
- Maliyetlerin Doğal Ayırımı
- Gerçek, Planlı ve Standart Maliyetler
Maliyetlerin Önemi

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- maliyet kavramını tanımlamalı;
- değişken maliyetleri belirlemeli;
- sabit maliyetleri belirlemeli;
- maliyetlerin anlamını kavramalı;
- çalışanın toplam maliyetlerini hesaplamalı;
- maliyetlerin özelliklerini tespit etmeli;
- marjinal maliyetleri anlamalı;
1. MALİYET KAVRAMI VE İÇERİĞİ


Maliyetlerin, makineler, aletler, donanım, hammadde, enerji, diğer işletmelerden temin edilen mallar, çalışanların emeğinin vb. parasal ifadesini sağlayan maliyetleri de meydana getirmektedir: satış maliyetleri, hammadde ve malzemeleri depolama maliyetleri, nihai ürünleri depolama maliyetleri, işçi organize etme maliyetleri, tanıtım ve reklam, faiz, sigorta, kira vb. maliyetler. Bu maliyetler üretim süreciyle doğrudan bağlı olmasa da bunların varlığı kaçınılmazdır, çünkü işletmenin normal işlevini sağlamaktadır.

Maliyetlerin, makineler, aletler, donanım, hammadde, enerji, diğer işletmelerden temin edilen mallar, çalışanların emeğinin vb. parasal ifadesini sağlayan maliyetleri de meydana getirmektedir: satış maliyetleri, hammadde ve malzemeleri depolama maliyetleri, nihai ürünleri depolama maliyetleri, işçi organize etme maliyetleri, tanıtım ve reklam, faiz, sigorta, kira vb. maliyetler. Bu maliyetler üretim süreciyle doğrudan bağlı olmasa da bunların varlığı kaçınılmazdır, çünkü işletmenin normal işlevini sağlamaktadır.
2. MALİYET SINIFLANDIRMASI VE TÜRLERİ
2.1. ÜRETİM HACMİNE GÖRE MALİYETLER


Toplam sabit maliyet tutarı üretilen ürün sayısıyla (üretim hacmi) bölündüğünde ortalama sabit maliyet, yani ürün birimi başına maliyet elde edilmektedir. Ortalama sabit maliyet şu ifadeye göre hesaplanmaktadır:

\[
\frac{TSM}{ÜH} = OSM
\]

Üretim hacmi artışında sabit maliyetler daha büyük ürün miktarına dağılmaktadır. Bu maliyetin büyüklüğü, üretim hacmi değişimleriyle ters orantılıdır. Eğer üretim hacmi artırarsa, ürün birimi başına sabit maliyet tutarı azalmaktadır. Eğer üretim hacmi azalırsa, ürün birimi başına sabit maliyet tutarı artmaktadır. Sabit maliyetleri aşağıdaki örnekte verilen tablo ve grafikle gösterebiliriz (Tablo no.3).
Değişken maliyetler - Değişken maliyetler, tamamen üretim hacmindeki değişimlere bağlı olan maliyetlerdir. Bunlar üretim hacminin artmasıyla artıyor, azalmasıyla da azalıyor. Boyle maliyetler, hammadde ve mazleme maliyetleri, enerji ve yakıt maliyetleri, çalışanların maaşları vb. maliyetlerdir. Örneğin, 1.000 kg çikolata üretmek için 600 kg kakao gerekliyse, o zaman 500 kg’lık ek üretim için 300 kg daha kakao gerekli olacaktır. Değişken maliyetler üretimle doğrudan bağlı olup değerlerinin tamamıyla yeni ürune girmektedir.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ürün Hacmi /Miktarı</th>
<th>Toplam Sabit Maliyet</th>
<th>Ortalama Sabit Maliyet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0</td>
<td>12</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>12</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>12</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>12</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>12</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>12</td>
<td>2,4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo no.3
Değişken maliyetler üretilen mal ve hizmet miktarına bölündüğünde ortalama değişken maliyetler yani, ürün birimi başına değişken maliyetler elde edilmektedir (Tablo no.4 bakınız).

\[ \text{TDM} \quad \text{ODM=} \quad \text{ÜH} \quad \text{TDM - toplam değişken maliyet} \]
\[ \text{ÜH-} \quad \text{üretim hacmi} \]

**Tablo no.4**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ürün Hacmi/Miktar</th>
<th>Toplam Değişken Maliyet</th>
<th>Ortalama Değişken Maliyet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>150</td>
<td>150</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>240</td>
<td>120</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>300</td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>380</td>
<td>95</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>550</td>
<td>110</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Resim no.13 Toplam Değişken Maliyetler

Resim no.14 1. Ortalama Değişken Maliyetler

Değişken maliyetler üretim hacmi değişimlerine karşı farklı etki edebilir yani, üretim hacminin artışıyla aynı hızla, daha hızlı veya daha yavaş artabilir. Bu bağlamda değişken maliyetler orantısal (proporsiyonel), ilerlemeci (progresif) ve gerilememesi (degresif) olabilir.

**Orantısal** değişken maliyetler, üretim hacmi değişiklikleriyle orantılı olarak değişen maliyetlerdir. Üretim hacmindeki her artış değişken maliyetlerde aynı orandı artış meydana getirmekte ve aksine, üretim hacmindeki her düşüş değişken maliyetlerde aynı orandı düşüş meydana getirmektedir. Örneğin, eğer üretim hacmi %20 oranında artarsa, değişken maliyetler de 520 oranında artacaktır. Bu maliyetler ürün birimi başına (ortalama orantısal değişken maliyetler) aynı kalmaktadır.

**İlerlemeci** değişken maliyetler, üretim hacmindeki artıştan daha büyük hızda artan maliyetlerdir. Örneğin, eğer üretim hacmi %20 oranında artarsa, bu maliyetler %25 için artacaktır. Ürün birimi başına ilerlemeci değişken maliyetler (ortalama ilerlemeci değişken maliyetler), kapasitedeki aşırı yüklenmeye bağlı olarak progresif bir şekilde artmaktadır.

**Gerilemeci** değişken maliyetler, üretim hacmindeki artıştan daha ağır bir şekilde artan maliyetlerdir. Örneğin, eğer üretim %20 için artarsa bu maliyetler %15 için artacaktır. Ürün bi-
rimi başına gerilemeci değişken maliyetler (ortalama gerilemeci değişken maliyetler), kapasite kullanımının ve üretim hacminin artırılmasına azalmaktadır.

**Toplam maliyet**, sabit ve değişken maliyetlerin toplamını teşkil etmektedir (Tablo no.5 bknz.). Toplam maliyetlerin üretilen mal ve hizmet miktarına bölündüğünde ortalama toplam maliyet elde edilmektedir. Bu şekilde ürün birimi başına maliyetler elde edilmiş yani, bir ürün başına ne kadar toplam maliyetin denk geldiği öğrenilmiş olur.

\[ OM = \frac{TSM + TDM}{ÜH} \]

**OM** – ortalama maliyet
**TM** – toplam maliyet
**ÜH** – üretim hacmi
**TSM** - toplam sabit maliyet
**TDM** – toplam değişken maliyet

### Tablo no.5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ürün Miktarı</th>
<th>Sabit Maliyetler</th>
<th>Değişken Maliyet</th>
<th>Toplam Maliyet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Toplam</td>
<td>Ortalama</td>
<td>Toplam</td>
</tr>
<tr>
<td>0</td>
<td>12</td>
<td>---</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>12</td>
<td>12</td>
<td>150</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>12</td>
<td>6</td>
<td>240</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>12</td>
<td>4</td>
<td>300</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>12</td>
<td>3</td>
<td>386</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>12</td>
<td>2,4</td>
<td>550</td>
</tr>
</tbody>
</table>
2.2. MARJİNAL MALİYETLER

Marjinal maliyet, her birim ürünün üretilmesi için kaçınılmaz olan ek maliyeti ifade etmektedir. Marjinal maliyetler, ek bir birim ürün üretilmesi sonucu toplam maliyetlerde meydana gelen değişimleri ölçmektedir. Örneğin, 5 no'lu tabloda maliyetler toplam tutarlarıyla gösterilmiştir. Birinci sütunda farklı üretim hacimleri, ikinci sütunda sabit maliyetler ve üçüncü sütunda değişken maliyetler verilmiştir. Toplam maliyetler ise, sabit ve değişken maliyetlerin toplam değeri olarak dördüncü sütunda ifade edilmiştir. Beşinci sütunda görüldüğü üzere üretim hacminin sıfır miktarından bir birim A ürün miktarına değişmesi sırasında 150 para birimlik ek maliyetler ortaya çıkmıştır (toplam maliyetlerde 12 para biriminde 162 para biriminin değişim). Üretim hacminde bir ürün iken iki ürüne geçilmesi durumunda 70 para birimlik ek maliyet meydana gelmektedir. Devamında A üründen ek birim ürün üretmek için 80 para birimi tutarında ek maliyetin yapılması gerekmektedir. 4 adet ürün üretmek için 80 para birimi ek maliyetin yapılacağı gerçekliğini göz önünde bulundurmak gerekir. Nihayetinde 5 ürünlük bir üründen elde edilmesi için üretim işletmesi sahibinin ek 170 para birimi marjinal maliyet yapması gerekmektedir (Tablo no.6 bknz.).

<table>
<thead>
<tr>
<th>A Ürün Miktarı</th>
<th>Toplam Sabit Maliyet</th>
<th>Toplam Değişken Maliyet</th>
<th>Toplam Maliyet</th>
<th>Marjinal Maliyet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>0</td>
<td>12</td>
<td>---</td>
<td>12</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>12</td>
<td>150</td>
<td>162</td>
<td>150</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>12</td>
<td>220</td>
<td>232</td>
<td>70</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>12</td>
<td>300</td>
<td>312</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>12</td>
<td>380</td>
<td>392</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>12</td>
<td>550</td>
<td>562</td>
<td>170</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo no.6
Buna göre, işletme sahipleri marjinal maliyet eğilimini takip ederek kendilerine en yüksek kârı sağlayacak olan üretim hacmi hakkında karar verebilirler. Aslında, çalışmada maksimum kâr getiren en düşük toplam maliyet tutarı marjinal maliyet yoluyla belirlenmektedir.

2.3. MALİYETLERİN DOĞAL AYRIMI

Her işletmenin çalışmasında kullanılan üretim faktörleri kriter olarak alınarak maliyetler şöyle ayrılabilir:

**Sermaye maliyetleri**
Sermaye maliyetleri işletme açısından oldukça önemlidir, çünkü toplam maliyetlerin önemli bir kısmı bunlara aittir. Bunlar şu şekillerde ortaya çıkmaktadır:
- bankadan alınan kredi karşılığında ödenmesi gereken faiz;
- tesisler, makineler, donanım gibi üretim sürecinde kullanılan maları sonucu harcanan diğer duran/sabit varlıkların amortismanı ve
- işletme faaliyetlerinin gerçekleştiği tesis için ödenmesi gereken kira.

**Emek maliyetleri**
Emek maliyetleri, çalışanların sarfettikleri emek karşılığında almış oldukları maaşlardan oluşmaktadır. Emek maliyetlerinin yüksekliğini maaş tutarları ile çalışan sayısı belirlemektedir.

**Toprak maliyetleri**
Toprak maliyetleri, kullanımına ve işletmenin ekonomik faaliyetinin doğasına bağlı olarak tarım veya şehir alanlarının rant veya kira değerleri de giderler yapısında sürekli olarak yer alan maliyetlerdir. Bu maliyetler, toprağın veya onun doğal zenginliklerinin kullanılmasının karşılığı/ücreti olarak toprak sahiplerine ödenmektedir.
2.4. GERÇEK, PLANLI VE STANDART MALİYETELER

Gerçek maliyetler
Bu maliyetler, işletme faaliyetinin belli bir döneminde gerçekten meydana gelen maliyetlerin yüksekliğini ifade etmektedir.

Planlı maliyetler
Bu maliyetler önceden planlanıp gelecek bir dönemde ilişkindir. Planlı maliyetler, daha önce yapılmış olan maliyetler esas alınarak hesaplanabilir.

Standart maliyetler
Standart maliyetler de önceden fakat, belli kriterlerle bilimsel yöntemler kullanılarak yapılan analizler ve bilimsel çalışmalar yoluyla belirlenen standartlar esas alınarak tahmin edilmektedir.

3. MALİYETLERİN ÖNEMİ


Diğer koşulların değişmemesi koşuluyla işletme maliyetlerindeki her artış, işletmenin toplam geliri ile toplam maliyetler arasındaki farkı azaltmakta olup işletme kârını düşürmektedir.


**ANAHTAR KAVRAMLAR:**

- **MALİYET**
- **MALİYET FİYATI**
- **SABİT MALİYET**
- **DEĞİŞKEN MALİYET**
- **TOPLAM MALİYET**
- **ORTALAMA MALİYET**
- **MARJİNAL MALİYET**

---

1. T. Фити – „Основи на микроекономијата“, Економски факултет, Скопје 1999, стр. 135
Çalışma maliyetlerine büyük önem verilmektedir, çünkü her zaman mal ve hizmetlerin nasıl daha etkin bir biçimde üretilebileceğine ilişkin yöntemler aranmaktadır. Üretim düzeyi ve hızı değiştiğiinde maliyetler de genelde değişiklik göstermektedir.

Sabit maliyetler, üretilen mal ve hizmetlerin sayısına bağlı olmaksızın her zaman aynı kalmaktadır. İşletmeler faaliyet göstermediğinde da bu maliyetler mevcuttur.

Sabit maliyetlere kıyasen değişken maliyetler, üretim hacminin veya hızının değişmesiyle değişmektedir.

Toplam maliyetler, sabit ve değişken maliyetlerin toplamını teşkil etmekte olup ürün birimi başına toplam maliyetler (ortalama maliyet) ise toplam maliyetlerin mal ve hizmet miktarına bölünmesiyle elde edilmektedir.

Marjinal maliyet, her ek birim产品的 üretilmesi için kaçınılmaz olan ek maliyet ifade etmektedir.

Maliyetler, işletme başarısının en önemli göstergelerinden birini teşkil etmektedir. Bunlar, her işletmenin varlığı ve faaliyetiyle doğrudan bağlantılı olan önemli iktisadi bir kategoriyi oluşturmaktadır.

Tartışma ve bilgileri yoklama soruları:

1. Maliyet kavramını tanımla!
2. Sabit maliyetleri sayı ve açıkla!
3. Toplam maliyetler nasıl hesaplanmaktadır?
4. Marjinal maliyet kavramı nedir?
5. Sermaye, emek ve toprak maliyetleri hangileridir?
6. Maliyetlerin işletme sahipleri açısından önemi nedir?
7. Aşağıdaki tabloyu tamama ve verileri grafiksel olarak göster:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ürün Miktarı</th>
<th>Sabit Maliyetler</th>
<th>Değişken Maliyet</th>
<th>Toplam Maliyet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Toplam</td>
<td>Ortalama</td>
<td>Toplam</td>
</tr>
<tr>
<td>0</td>
<td>300</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>300</td>
<td>900</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>300</td>
<td>1.600</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>30</td>
<td></td>
<td>2.100</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>40</td>
<td></td>
<td>2.000</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>50</td>
<td></td>
<td>2.500</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>60</td>
<td></td>
<td>4.800</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
KONUNUN İÇERİĞİ:

Yönetim Kavramı
- Yönetim Nerede Uygulanmaktadır?
- Yönetimin Tanımlanması

Küçük ve Büyük İşletmelerde Yönetim

Yönetim İşlevleri
- Yönetim İşlevleri (planlama, örgütleme, yönetim ve kontrol etme)

Yönetim Organları

Karar Alma
- Karar ve Karar Alma
- Karar Alma Sürecinin İçeriği

KARAR Türleri

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra siz şunları yapabilmelisiniz:
- yönetimizin nerede kullanıldığı ve kimin uyguladığını anlamalı;
- yönetici işlevlerinin içeriğini anlamalı;
- yönetim organlarının görevlerini anlamalı;
- karar türlerini fark etmek ve ayırt etmeli;
- karar alma sürecinin içeriğini anlamalı;
1. YÖNETİMİ KAVRAMI

1.1. YÖNETİM NEREDE UYGULANMAKTADIR?


İşletmenin faaliyeti kendi kendine “yürüyen” bir işlev midir? İşletmenin kendi kendini düzenleyen, önceden belirlenmiş programı olan ve ön görülmüş olduğu üzere kendiliğinden faaliyete geçebilen bir otomatik makine olduğu durumda ancak bu soruya olumlu cevap verilebilir. İşletmeler otomatik araçlar olmadıklarından (kendi bünyelerinde otomatik makineleri olsa bile) dolayı, doğal olarak şu soru sorulmaktadır: İşletme faaliyeti nasıl düzenlenmelidir?

İşletme (şirket) faaliyetinin amaçlara ulaşacak şekilde düzenlenmesi, yönetimden gayri bir şey değildir. Bir işletmenin faaliyet göstermesi/çalışması ve kurulmasına neden olan hedefleri gerçekleştirebilmesi için yönetilmesi gerekmektedir. Bir işletmenin düzgün faaliyet göstermesi onun düzgün yönetilmesine bağlı olup söz konusu “düzgünlik” ölçüsü ise hedeflerin gerçekleştirilmesi (işletmenin temel hedefi kâr sağlamaktır).
Yönetim, her organize sistem için (şirket, bakanlık, kuruluş vb.) varoluş meselesi olur. Eğer yönetim iyi değilse, eğer o yönetimle amaçlara ulaşılamıyorsa, ilgili sistemin mevcudiyeti yersiz olur.

Bir organizasyonda amaçların belirlenmesi ve onların gerçekleşmesi yönünde “yönlendirilmesi”nden sorumlu olan işlevleri karmaşı yönetimdir.

Sistem (işletme) yönetimi, girdilerin (kaynakların) çıktılar (mallar, hizmetler) haline etkin ve verimli biçimde dönüşmesini sağlamaktadır.

**Sistemik Model**

“Feedback”

![Resim no.15 Sistemik Model](image_url)

İnsan Kaynaklar
Fiziki Kaynaklar
Mali Kaynaklar
Bilişim Kaynakları

Mallar/Hizmetler
Davranış
Kâr/Zarar

122
1.2. YÖNETİMİN TANIMLANMASI

Çağdaş işletmede yönetim kadar önemli başka bir faktör yoktur. Yönetim, her işletmenin çalışmasındaki baskına sahiptir. Yönetim, ticari şirketler, okullar, üniversiteler, hastaneler, kliseler, hükümetten vb. başlayarak tüm organize türlerde gerçekleşen evrensel bir faaliyeti teşkil etmektedir. Günümüzde yönetimle ilgili en basitten en karmaşığa (bileşikle) kadar çok sayıda tanım mevcuttur. Daha basit tanımlar örnekleri şunlardır:

- Yönetim, diğer insanları doğru olduğunu düşünükümüz şeyler yapmaya teşvik etmektir;
- Yönetim, bir işi başkalarının elligiyle yapmak demektir;
- Yönetim, insanlar üzerinden yapmak istenen bir şeyin gerçekleştirilmesidir.

Yönetimin daha karmaşık (bileşik) tanımları genelde yönetimi oluşturan işlevleri de göstermektedir. Bu tanımlardan biri şudur: Yönetim, bir organizasyonda/örgütte amaçların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi için planlama, örgütleme, yönetişim ve kontrol etme faaliyetleri sürecidir.

Bireylerin konumundan ve görevlerinden hareket eden tanımlar da vardır:

- Yönetim, bireylerin diğer insanlarla bilirikte grup halinde çalışarak seçilmiş hedeflerin verimli bir şekilde sağlanacağı koşulları oluşturma sürecidir.

Bazı tanımlarda kaynaklara vurgu yapılmaktadır:

- Yönetim, kaynakların (insan, mali, fiziki, teknolojik, bilişim vb.) kullanılamasında muhteşem faaliyetin tophykün gerçekleştirilmesidir. Yönetim tanımları farklı olsalar da ortak olan şu noktalar vurgulanabilir:
  - Örgüt amaçlarının tespit edilmesi ve gerçekleştirilmesine ilişkin olan süreç (faaliyet) söz konusudur;
  - İnsanlarla ve insanlar aracılığıyla çalışılmaktadır;
Yönetim işlevleri planlama; örgütleme ve ekip kurma; yönetişim; kontrol etmedir;
Yönetim çalışmasının neticesi kaynakların etkin ve verimli (başarılı) olması olmalıdır¹.

2. KÜÇÜK VE BÜYÜK İŞLETMELERDE YÖNETİM

Piyasa ekonomisinde işletmeler, en küçük bireysel şirketlerden (Tek Kişi İşletmesi) en büyük şirketlere veya anonim şirketlere kadar farklı şekillerde organize edilmektedir. Fakat, hangi kategoride ait olduğuna bağlı olmaksızın işletmenin faali olması için yönetilmesi gerekir. Bu nedenle işletmenin yöneticilere ihtiyacı vardır. Küçük bireysel işletmelerde yönetimi genelde işletme sahibi üstlenmektedir. Öyle ki, işletme sahibi aynı zamanda işletmenin müdürü yani, üst düzey yöneticisidir. Fakat işletmenin büyümesi ve genişleşmesiyle ve sektörler ile bölümlerin oluşmasıyla birlikte yönetim hiyerarşisinin oluşumu kaçınılmaz olup, yönetimde üst düzey yöneticiler yanısra orta ve alt düzey yöneticiler de rol almaktadır. Dolayısıyla, işletme (orta ve büyük) üç yönetici düzeyi tarafından yönetilmektedir:
- Üst düzey/tepe yöneticiler (top manager)
- Orta düzey yöneticiler (middle level managers)
- Alt/birinci düzey yöneticiler (first line managers)

¹ Kralev, T., (1996): Основи на менаџмент, Центар за интернационален менаџмент, Скопје, стр. 6

**Üst düzey/tepe Yöneticilerin Sorumluluğu**

Vurgulamamız gerekir ki, işletmeyi yönetim sürecinde genel müdürün/yöneticinin sorumlulukları geniş ve çok kapsamıdır, görevler genelde zordur, gerekli olan yetenek ve bilgi ise değişiklik göstermektedir. Tepe yöneticilerin işi oldukça karmaşık olup sorun teşkil etmektedir. Tepe yöneticinin sorumlulukları altı kategoride sınıflanabilir: 

---

Tepe yöneticilerin işi oldukça karmaşık olup sorun teşkil etmektedir.
1. Tepe yönetici, işletmenin uzun vadeli hedeflerini belirlemek sorumlu olup bu hedefler aynı zamanda zorlu ve gerçekleştibilir meselelerdir. Onun vizyonu olmalı ve diğerlerine ilham vermelidir:

2. Tepe yönetici, planların belirlenmesi ve belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesinden sorumlu;

3. Tepe yönetici, örgüt (şirket) faaliyetlerden kaynaklanan sorunları çözmekosten sorumludur;

4. Organizasyonun/örgütün lideri olarak tepe yönetici, çalışanların seçimi, eğitimi, motivasyonu ve eşit muamelesinden sorumludur;

5. Genel yönetici, işletme faaliyetlerini/işlevlerini tamamen gerçekleştirmekle yükümlüdür;

6. Son olarak tepe yönetici, yönetim kurulu kararlarını uyguluyor, çalışanının hukukiliği ile ilgileniyor ve kendi çalışması ile ilgili yıllık rapor sunuyor.

Tepe yöneticinin çalışması karmaşık olup çok sayıda unsur içermektedir. Bundan dolayı, şu beşeri yeteneklere sahip olması tercih edilmektedir:

1. Uzmanlık %30,3
2. İşbirlikteli %18,7
3. Dürüstlük %13,2
4. Organize etme yetenekleri %11,6
5. Otorite %7,4
6. Profesyonel %4,7
7. Kararlılık %3,1
8. Diğer %11,0

Resim no.17 Müdürde İstenen Özellikler (James E. Morgan’a göre)

2 Б. Шуклев: Менаџмент; Економски факултет, Скопје; 1999 (стр.82-83)
3. YÖNETİM İŞLEVLERİ

İşletmede ve daha geniş anlamda yöneticinin görevi çalışmayı yürütmektir. Yönetim, her kararda verimli çalışmayı yani, faaliyetlerin etkin biçimde gerçekleşmesini göz önünde bulundurmalıdır. Başka bir deyişle yöneticinin işi, çalışmayı yürütmek, yöneticileri yönetmek ve çalışanları amaçları gerçekleştirme yönünde yönlendirmektir. Bu, şu faaliyetler üzerinden sağlanmaktadır:

- Planlama;
- Örgütleme ve ekip kurma;
- Yönetişim;
- Kontroleme.³

³ Ayni, say 8 (R. J. Aldag, T. M. Stearns: Management; Second Edition; South-Western Publishing Co., Cincinnati; Ohio; 1991 (str. 13)

Resim no.18 Yönetim İşlevleri
3.1. PLANLAMA

Planlama, işletme yönetiminin birinci aşaması olup yöneticilerin temel sorumluluğu olarak değerlendirilir. Planlama, niyetlerle hedeflerin seçimi ve aynılarının gerçekleştirilmesi için en uygun yöntem bulunmasını ifade etmektedir (her işletmenin nihai hedefi kâr elde etmektir). Planlanmanın neticesi planlardır. Bunlar farklı zaman aralıklarına ilişkin olup şöyle ayrılabilir:

*Stratejik (uzun vadeli) planlar* – daha uzun dönem için yani, ileriki beş, on ve daha çok yıl için hazırlanmaktadır. Bu planlar: yeni piyasalara girmek; yeni ürünler piyasaya sunmak; şirket çalışmadaaki teknik-teknolojik altyapıyı nitelik ve nicelik bakımından değiştirmek; organizasyonel değişikliklere vb. yönelik olabilir.

*Taktik (işlevsel) planlar* – genelde bir yıl gibi daha kısa bir zaman dilimine yönelik olup üretim, tedarikin, satışın, finansmanların, cari bakım vb. gerçekteşmesine ilişkilidir.

Resim no.19 Yönetimin Temeli Olarak Planlar
Planların içine çalışma yerlerinin hassasiyeti ve donanımsılığı ile çevredeki fırsatlar ve koşullara uygun olarak yeni fikir ve düşünceler dahil edilmektedir. Aslında, plan faaliyete geçme aracı ve hedefe ulaşma biçimidir. Eğer planlama etkili ise hedeflerin etkin bir şekilde gerçekleşmesi beklenebilir. Planlama aralıklarız devam eden yani, her bireysel planın hazırlanmasıyla son buluyan bir süreçtir.

3.2. ÖRGÜTLEME VE EKİP KURMA


Örgütleme, bireylerin hedefleri gerçekleştirmek için işbirliği kurdukları yapısal süreçtir. Örgüt, her bir ferdin ayrı ayrı bir alet ve farklı bir melodî bir müzik orkestrası gibi. Orkestra şefi ise, istenen tı tarafından elde edilmiş ve hedefe ulaşılmıştır için grubu bütünleştirmeye konusunda yetki ve sorumluluğa sahiptir. Öyle ki, farklı müzik aletleri ile melodiler bir bestede birleşmektedir.

Çalışmanın gerçekleştirmesi için kaçınılmaz olan insan (yönetici ve çalışanlar) yani personel sağlamak ifade eden ekip kurma, örgütleme ile yakından bağlantılıdır. Ekip kurma (kadro oluşturma), emek ihtiyaçlarını tespit etmek, mevcut kadro profoliliği ve kalitesini bilmek, en iyi adayları seçme yoluya yeni çalışanları işe almak, işin uygulanmasını sağlamak, çalışanların eğitimi ve gelişimini sağlamak, işi değerlendirmek, çalışanların transferi (terfi
ettirme, bir iş yerinden başka bir iş yerine değiştirme ve ya aksi-ne), emeklilik, işten çıkarma ve iş yerlerini kapatma gibi işlevleri gerçekleştirmek zorunda olan yönetim işlevidir.

Resim no.20 ÖrgütSEL Yapı Örneği
3.3. YÖNETİ(Şİ)M


Tüm yönetim işlevleri arasında yönetişim, yöneticileri astlarla doğrudan bağlayandır. Aslında yönetişim, örgütsel/organizasyonel amaçlara ulaşmak için diğer işbirlikçilerle çalışmayı kapsamaktadır. Yöneticinin yönetişim kabiliyeti büyük oranda astları motive etme, onlar üzerinde etkili olma, onları yönlendireme ve onlarla iletişim kurma yeteneklerini kapsamaktadır.

3.4. KONTROL ETME

Bu işlev, planın gerçekleşmesini garantileyecek olan önlem ve faaliyetleri oluşturmaktadır. Bununla, planlamının neresinde dalgalanmalar (sapmalar) olduğunu ve bunların onarılması (düzeltilmesi) için nelerin yapılabileceği görebilmek için toplu ve planlı faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bu işlev, planların gerçekleşme başarısını ölçmenin en önemli aracıdır.

**Ek bilgi!**


- Otokratik yönetim tarzına sahip yöneticiler, en çok konumlarının/mev-kilerinin vermiş olduğu güçten yararlanmaktadır.
- Demokratik yönetim tarzına sahip olan yöneticiler, almaları gereken kararlar ve üstlenmeleri gereken faaliyetler hakkında astılara fikir danışırlar.

Üçüncü yönetim tarzı astılara büyük özgürlük tanıyarak güçlerini çok az miktarda kullanmaktadır. Bu yöneticiler, astılara kendi başlarına hedef belirle-melerine ve kendi başlarına çözüm üretmelerine müsaade etmektedir. Yöneticiler, astların yükümlülükleri yerine getirmelerine yardımcı oluyor, onlara bilgi veriyor ve çalışma koşulları sağlıyor.

4 Б. Шуклев: Менаџмент; Економски факултет, Скопје: 1999 (стр. 310)

4. YÖNETİM ORGANLARI

Genelde anonim şirket olarak örgütlenen büyük işletmelerin yönetilmesinde yöneticilerin yanı sıra bazı yönetim organları da yer almaktadır:

- Hissedarlar meclisi
- Yönetim kurulu
- Denetim kurulu
- Müşteriler kurulu

**A.Ş. Meclisi**

Hissedarlar, kendi hak ve çıkarlarını şirket meclisinde gerçekleştirmektedir. Mecliste kararlar, hissedarların oylarıyla getirilmektedir. Her hisse karar alma sırasında birer oy hakkı getiriyor öyle ki, hissedarlar sahip oldukları hisse sayısıyla orantılı olarak karar alma sürecine
Katılmaktadır. Yönetim ve denetleme kurulu üyeleri, hissedarlar meclisi çalışmasına katılabilir ancak oy hakkına sahip değildir. Hissedarlar meclisi şu konularda karar alır:

- şirket organları üyelerini atıyor ve görevden alıyor;
- yıllık hesapları kabul ediyor;
- net kârın kullanılaması konusunda karar alıyor;
- şirketin taşınması için karar alıyor;
- ana sermaye miktarının artması veya azalması için karar alıyor;
- hisse senetlerinin ihracı, tüzüğün değişmesi vb. için karar alıyor.

Şirket meclisi katılanların veya vekillerinin çoğunluk oyuyla karar alıyor ve bu kararları tam geçerliliğe sahiptir. Her yılın bitiminden sonra yönetim takımı çalışmalarının değerlendirildiği hissedarlar meclisi toplantısı gerçekleşmektedir.

**A.Ş. Yönetim Kurulu**


Yönetim kurulu üyeleri yılda 4-7 defa toplanmaktadır. Yönetim kurulu, şirket çevresinin tamamında etkili olma konusunda en geniş yetkilere sahiptir. Yönetim kurulu, hissedarlar karşısında şu konularında sorumludur:

1. İşletmede yönetim devamlılığını sağlamak (verimli olmayan yöneticilerin değişimi veya emekliliği);
2. Hissedar ilişkilerinin doğru kullanılamasını sağlamak;
3. Yöneticilerin işletmelerin amaçlarına uygun olarak faaliyet üstlenip üstlenmediklerini kontrol etmek;
4. Yönetimin temel mali ve işlevsel kararlarını onaylamak;
5. Örgütün değişiklikler konusunda karar vermek;
6. İşletmeyi üçüncü kişiler nezdinde temsil etmek;
7. İşletme belgelerini ve yönetmeliklerini onaylamak ve revize etmek;
8. Cari yıl için hissedarlara yıllık rapor sunmak.

**A.Ş. Müdürler Kurulu**

Müdürlerkurulunu icra yetkisi olmayan ve olan müdürler oluşturmaktaadır. İcra yetkisi olmayan müdürlerin sayısı icra müdürlerinden daha yüksek olmalıdır. Meclis, icra yetkisi olmayan müdürleri seçer bunlar da icra müdürlerini seçmektedir.

İcra müdürleri, şirketi yönetmekte ve yönetim kurulu üyelerine benzer hak ve yükümlülükler arzu eder. Yönetim kurulu üyelerine benzer şekilde müdürler kurulu üyeleri de kendi yükümlülükleri çerçevesinde en geniş yetkilere sahiptir. Onlar, şirketi üçüncü kişiler nezdinde temsil etmek ve yönetmektedir.

**A.Ş. Denetleme Kurulu**

Denetleme kurulunun az üç, en çok on bir üyeden oluşmaktadır. Denetleme kurulu şu faaliyetleri icra etmektedir:

- yönetim kurulu üyelerini seçiyor;
- yönetim kurulu başkanını seçiyor;
- yönetim kurulu çalışmasını denetliyor;
- maddi-mali çalışmanın kontrolünü yapabilir;
- eğer ihtiyaç varsa hissedarlar meclisini toplantıya çağırabilir.

Ticari Şirketler Kanunu’na göre eğer oturumda üyelerin en az yarısi mevcutsa, denetleme kurulu karar alabilir. Kararlar, oturumda hazır bulunanların çoğunluk oyuyla getirilmektedir.
5. KARAR ALMA

5.1. KARAR VE KARAR ALMA


Karar alma, işletme faaliyetlerinin düzenlenmesi için bir araç teşkil etmektedir.

**Resim no.22 Değişikliklerin Devamlılığı**


Karar almak (Desicion making) genelde planlama süreciyle bağdaştırılmaktadır. Fakat bu, yöneticilerin diğer işlevleri (örgütleme, ekip kurma, yönetim ve kontrol etme) yerine getirirken karar almadıkları anlamına gelir mi? Sadece yöneticiler mi karar alır, düz işçiler (yönetici olmayanlar) ise almaz mı? Nihayetinde: karar alma sadece işletmelerdeki insanların

---

5 İsaak Adijes, Овладување со промените; Детра, Скопје; 1998 (стр. 5)
yaptığı bir şey midir? Tüm soruların cevabı HAYIR'dır! Sadece planlama değil, diğer yönetim işlevleri gerçekleştiğinde de karar alınır ve yönetici olmayanlar da normal insanlar da özel hayatlarında karar almaktadır.


Sorunların çözümüne sorumluluk ve yetkiler eklendiğinde kararlar elde edilmektedir. Örneğin: “Yeni alanın... sahip olmasında karar verdik”; “gelecek yıl üretimim ... olmasına ilişkin karar alınmıştır”; “Yönetim kurulu kendi toplantısında.... karar alınmıştır” vb. bunlar her işletmenin günlük faaliyetinden alınmalıdır. Hayatta ve aralarındaki iletişimde insanlar da “karar”, “karar alma” vb. kavramları kullanmaktadır. Fakat, eğer alınan kararlar pratikte uygulanmazsa işletmenin ve bizlerin herhangi bir faydamız olur muydu?

5.2. KARAR ALMA SÜRECİNİN İÇERİĞİ

Meydana gelen sorunu çözcecek doğru kararların alınması için karar alma sürecinin şu aşamalardan geçmesi gerekmektedir:

1. Sorunun tanımlanması ve analizi;
2. Alternatif çözümlerin belirlenmesi;
3. Alternatif çözümlerin değerlendirilmesi;
4. Çözüm seçimi (karar);
5. Kararın uygulanması;
Karar Alma

Sorunun Çözümü

Demek ki, sorundan hareket ederek ilgili sorunun alternatif çözümleri belirlenip değerlendiriliyor, o anda karar teşkil eden en doğru çözüm seçiliyor, bu karar uygulanıyor ve sonunda kararın uygulamanın sonucu kontrol ediliyor.

Eğer işletme başarılı olmak isterse, onun için en iyi olacak kararları hazırlamaya hazır ve yetenekli olan insanlara sahip olma zorundadır. İşletmede kararları profesyonel kişiler getirmelidir. Profesyonel yöneticisi, teorik ve uygulamalı çalışmanın içinde etkili bir şekilde entegre olduğu kişiliktir.

Karar alma süreci, bir işletmenin beyin ve sinir sistemi olarak değerlendirilmektedir. Yöneticiler dış çevreyi gözlemliyor, çalışmanın yürütülmesindeki eksiklikleri tespit ediyor, alternatifleri devreye koyuyor ve yeni hisse senetleri akışlarını gerçekleştirmektedir. Karar alma sırasında yöneticiler, ekonomik, siyasi ve toplumsal çevrenin etkisi altında olabilirler.


6. KARAR TÜRLERİ


Esas ve Alışılagelmiş/Rutin Kararlar

Stratejik ve Taktik Kararlar
Kararlar stratejik ve taktik olarak da ayrılabilir. Bu kararların gerçekleştirilmesi için gerekli olan zaman, söz konusu ayırımı yapmanın kriterini oluşturmaktadır.


Stratejik kararlar uzun vademailde işletme açısından büyük önem taşımaktadır. Bunlar, işletme faaliyetlerini çevreyle ve mevcut kaynaklarla uyumlu hale getiriyor, kaynaklar üzerinde hayatı öneme sahiptr, örgütün uzun vadeli yönlendirilmesi üzerinde etkilidir ve çok sayıda iç ve dış faktörü kullandıkları için oldukça karmaşıktır.

Programlı ve Programsız Kararlar
Kararların genel tipolojisini oluşturma çalışması kapsamında şu iki karar türü arasında da ayrılmıyor: programlı ve programsız kararlar.

Programlı kararlar, bir gelenek, kural veya prosedür uyarınca getirilen kararlardır. Bu kararlar tekrarlanabilir, net olarak belirlenmiş ve rutindir. Her işletme, tekrarlanan durumlarda kararların getirilmesini basitleştirmektedir. Sorunla (durumla) ilgili yeterince bilgi mevcut, alternatifler dikkatli bir şekilde belirlen-
miş ve seçilen alternatifiin başarlı olacağını dair göreli belirsizlik mevcut.


Programsız kararlar, yegane ve tekrarlanmayan durum için hazırlanan yani, olağandışı ve istisnai sorunlara ilişkin olan kararlardır. Programsız kararlar, örgüt (şirket) açısından önemli sorumluluklar teşkil etmek ve ilerdeki başarının temeli oluşturmakta. Sorunun çözümü için belirlenmiş bir politika, kurallar veya ilkeler yoktur.


Programsız kararları kural olarak tepe yöneticisi getirmekte olup alt düzey yöneticilerin ise programlı kararları getirmesi gekerekmedir. Dolayısıyla, örgüt (şirket) hiyerarşisi boyunca yukarıya doğru hareket edildikçe programsız karar getirme yeteneği gittikçe daha karmaşık hale geliyor.
Diğer Karar Türleri

İşletmenin faaliyeti bakımından kararlar, düzenleyici (sistem, alt sistemin, bunlar arasındaki ilişkin vb. düzenlendiği kararlar) ve düzeltici (sapmaların ve faaliyetin düzeltildiği için müdahale edilen kararlar) olarak ayrılabılır.

Ulaşılmak istenen hedefler bakımından kararlar, yatırım, kadro, ticari, mali vb. kararlar olabilir.

Gerçekleşme yöntemi bakımından kararlar, stratejik, işlevsel, genel, öncel, koşullu vb. olabilir.

ANAHTAR KAVRAMLAR:

YÖNETİM
YÖNETİM HİYERARŞİSİ
PLANLAMA
ÖRGÜTLEME
EKİP KURMA
YÖNETİ(Şİ)M
KONTROL ETME
KARAR ALMA

Alıntı: Б. Шуклев; Менџмент; Економски факултет, Скопје; 1999 (стр.338)
SONUÇ 6

Yönetim kavramından, işletme faaliyetinin hedeflere ulaşılması yönünde düzenlenmesi anlaşılmaktadır. Yönetim, bir örgütte amaçların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi için planlama, örgütleme, yönetişim ve kontrol etme faaliyetleri sürecidir.

Planlama, niyetlerle hedeflerin seçimi ve aynılarının gerçekleştirilmesi için en uygun yöntemin bulunmasını ifade etmektedir.

Örgütleme, bireyin örgüt yapısı içindeki görevini düzenleyen faaliyettir. Çalışmanın gerçekleştirilmesi için kaçınılmaz olan insan (yönetici ve çalışanlar) yani personel sağlama, örgütleme ile yakından bağlantılıdır.

Yöneti(ści)min amacı, insanların çalışma üzerindeki katkılarına etki etmek olup her şeyden önce insanların arası ilişkilerin uyumlaştırılmasına ilişkilidir.

Kontrol etme, planın gerçekleştirilmesini garantileyecek olan önlem ve faaliyetleri oluşturan işlevdir.


Kararlar çok farklı kriterler esas alınarak şu şekilde sınıflandırılabilir: örgütsel ve kişisel kararlar; esas ve alışlagelmiş kararlar; stratejik ve taktik kararlar; programlı ve programsız kararlar; düzenleyici ve düzeltici kararlar vb.

Tartışma soruları:

1. Yönetim kavramından ne anladığını ve küçük işletme ve büyük işletme yönetimle büyük işletmede yönetimle büyük işletme yönetim arasındaki farkı açıkla!
2. Yönetim işlevlerini say ve herbir işlevin içeriğini açıkla!
3. Yönetim organlarının görevlerini açıkla!
4. Karar nedir ve karar alma sürecinin aşamaları hangileridir?
5. Kararları sınıflandırın ve her karar türü için örnek ver!
KONU 7 - ÇALIŞMANIN TEMEL EKONOMİK İLKELERİ

KONUNUN İÇERİĞİ:
Çalışmanın Verimliliği
Verimlilik Kavramı
Verimliliğin İçeriği
Milli Ekonomi Açısından Verimlilik
Emek Verimliliğinin Ölçülmesi
Emek Verimliliğinin Bağlı Olduğu Faktörler
Çalışmanın Ekonomikliği
Ekonomikliğin İçeriği
Ekonomiklik Kavramı
Emeğin Ekonomikliği ve Verimliliği
Ekonomikliğin Ölçülmesi
Ekonomiklik Faktörleri
Kârlılık (Rantabilite)
Kârlılık Kavramı ve İçeriği
Kârlılığın Ölçülmesi
Kârlılık Faktörleri

DERSİN AMACI:
Bu konuyu okuduktan sonra sız şunları yapabilmelisiniz:
- verimlilik kavramını tanımlamalı ve anlamalı;
- işletme verimliliğinin nasıl iyileştirilebileceğini bilmeli;
- emek verimliliğini ölçebilmeli;
- ekonomiklik kavramını tanımlamalı ve anlamalı;
- ekonomiklik üzerinde etkili olan faktörleri tespit edebilmeli;
- kârlılık kavramını tanımlamalı ve anlamalı;
- kârlılık üzerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu anlamalısınız.
1. ÇALIŞMANIN VERİMLİLİĞİ

1.1. VERİMLİLİK KAVRAMI


Verimlilik kavramından bir birim zaman içinde (genelde 1 saat) belli bir miktarda ürün üretmek için üretim sürecinde kullanılan emeğin becerisi anlaşılmaktadır.

1.2. VERİMLİLİĞİN İÇERİĞİ

Verimlilikten bahsedildiğinde bir makinenin belli bir zaman diliminde belli miktarda ürün üretme yeteneği söz konusudur. Fakat, bazı hammadde veya mazlemelerin ne kadar temiz ürün verdiklerini düşünduğumuzda de verimlilik söz konusudur. Örneğin: Altın madeninden çıkarılan altından ne kadar saf altın elde edilebilir? Dolaysıyla, üretimde kullanılan/katılan üretim faktörleri sayısına farklı verimlilik türleri ayırt edebiliriz. İktisatta ve işletmede verimlilik bahsekonu olduğunda bir çalışanın veya çalışanlar grubunun belli bir zaman diliminde kaç birim ürün üretebileceği düşünülmektedir. Aslında, verimlilik neredeyse her zaman emek ve emeğin ürün üretbilme yeteneğiyle bağlantılıdır. Buradan hareketle, çalışanların bir...
zaman biriminde aynı miktarda emek sarfetmesiyle daha büyük miktarda mal ve hizmet veya çalışanlar aynı miktarda mal ve hizmeti daha kısa bir zamanda üretbildiklerinde verimlilik söz konusudur. Dolayısıyla, emek verimliliği bir zaman biriminde, iş gücünün normal güç sarfetmesiyle üretilmiş olan ürün miktarı üzerinden ifade edildiği sonucuna varabiliriz.

1.3. MİLLİ EKONOMİ AÇISINDAN VERİMLİLİK

Verimlilik mikro ve makro kategori olarak değerlendirilebilir. Üretim sürecinde kullanılan üretim faktörlerinin sayısı ile üretilen ürünlerin sayısı arasındaki ilişki bir işletme çerçevesinde değerlendirildiğinde mikro açıdan verimlilik söz konusudur. Bir milli ekonomide üretimde toplam harcanan faktörlerle toplam gerçekleşen üretim analiz edildiğinde verimlilik makro iktisadi kategoride değerlendirilmektedir. Verimlilik artışı milli ekonомideki üretimin yanı, kişi başına (per capita) olarak ifade edilen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH)’nin artmasına bağlıdır.

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), bir milli ekonomide bir yıllık bir dönemde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin toplam piyasa değerini ifade etmektedir.

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), bir milli ekonomide bir yıllık bir dönemde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin toplam piyasa değerini ifade etmektedir. GSYH, bir ülke ekonominin yıllık büyüme oranının ölçülüüğü değerli bir ifadedir.

Bir milli ekonomide verimliliğin artması, insanların refah durumunun (yaşam standardının) iyileşmesi, üretim maliyetlerinin azalması, ekonominin ihracat ve rekabet yeteneğinin güçlenmesi üzerinde etkili olur.

Bir ekonomide ulaşılan gelişmişlik düzeyi, verimlilikte elde edilen neticeler üzerinden ifade edilebilir.
1.4. EMEK VERİMLİLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ

Verimlilik nasıl ölçülüyor?
Emek verimliliğini tanımlarken emek verimliliğini ölçme formülünü de belirttik. Böyle tanımlananın verimlilik kavramı genel formüle ifade edilebilir.

A.

\[
\text{Emek Verimliliği} = \frac{\text{Ürün miktarı}}{\text{Harcanan emek miktarı}}
\]

B.

\[
\text{Emek Verimliliği} = \frac{\text{Harcanan emek miktarı}}{\text{Ürün miktarı}}
\]

Buradan hareket ederek emek verimliliğinin belli bir zaman diliminde üretilip fiziki olarak ifade edilmiş ürün miktarı ile fiziki olarak ifade edilmiş harcanan emek miktarının elde edildiğini gösteren verimlilik gösteresi elde ediliyor. A) ifadesinin uygulanmasıyla harcanan bir birim emekle ne kadar büyük bir üretim miktarının elde edildiğini gösteren verimlilik gösteresi elde ediliyor. Bunun yanı sıra, emek verimliliği daha önce kullanılan büyük bazı ürünlerin karşılıklı değerlere de elde edilebilir. Bu durum B) ifadesinde verilmiş olup netice itibariyle bir birim ürün üretim için ne kadar emeğin harcanması gerektiği gösterilmektedir. Birinci hesaplama biçimine göre, harcanan bir birim emek için daha büyük ürün miktarı, daha yüksek emek verimliliğini göstermektedir. İkinci hesaplama biçimine göre ise, ürün birimi başına daha az harcanan emek miktarı, daha yüksek emek verimliliğini göstermektedir.
Eğer, diğer üretim faktörlerinden herhangi biri için verimliliğin ölçülmesi gerekiyorsa aynı orantı kullanılabilir fakat, harcanan emek miktarları yerine verimlilik hesplamasının söz konusu olduğu üretim faktörlerinin miktarı göz önünde bulundurulacaktır. İlgili olan büyüklükler arasındaki oranlar hesaplanarak elde edilecek katsayılar- göstergeler ilginç olabilir, çünkü faktörlerden herbirinin kullanılma derecesini göstergedirler.

**Emek verimliliği ölçümünün uygulanması**

*Toplam üretim için verimlilik*
Aynı göstergeye indirgenebilen bir veya birkaç benzer ürün üreten işletmelerde şu formül kullanılmaktadır:

\[
\text{Verimlilik} = \frac{\text{Ürün miktarı}}{\text{Çalışma saatleri olarak ifade edilen harcanan emek}}
\]

*Ayrıca, daha önemli ürünler için verimlilik*
Ayrıca, daha önemli ürünler için emek verimliliği şu göstergeye elde edilecektir:

\[
\text{Verimlilik} = \frac{\text{Ürün miktarı (ayrı ürünlerde)}}{\text{Etkin olarak harcanmış çalışma saatleri}}
\]

Bu durumda “Etkin harcanan çalışma saatleri” faktörü, muhtelif ürünlerin üretilmesindeki tüm aşamalarda sadece doğrudan katılan çalışanların etkin/efektif çalışma saatlerini ele almalıdır.
Üretimde istihdam edilen bir çalışan başına verimlilik

Bir ya da birkaç aynı içerikli ürün üreten işletmelerde verimlilik, üretim miktarı çalışanların sayısıyla bölündüğünde elde edilmektedir (sadece üretimine doğrudan katılan çalışanlar). Bu ise şu şekilde ifade edilmektedir:

\[
\text{Verimlilik} = \frac{\text{Ürün miktarı}}{\text{Üretimde çalışan kişi sayısı}}
\]

“Üretimde çalışan kişi sayısı” faktörü, yıl boyunca istihdam edilen çalışanların ortalama sayısını ifade etmelidir.

Emek verimliliğinin ölçülmesine ilişkin bu pratik kurallar yanısıra, hesaplanmanın emeğin bir ürün meydana getirdiği her alana genişleyebileceğini söylenebilir. Örneğin: iş yerinde verimlilik, sahada verimlilik, makinelerin verimliliği vb.

Emek verimliliği, değer üzerinde etkilidir

Emeğin verimliliği, üretimın değeri üzerinde etkilidir. Artan verimlilikle temelde üretimin değeri azalmaktadır. Şu da göz önünde bulundurulmalıdır: Verimlilik, toplam üretim değeri üzerinde nasıl etki etmektedir? ve Verimlilik, ürün birimi değerini her zaman azaltmakta, bu ise üretimde değerini azalttığı anlamına gelmemektedir. Örneğin, 10 çift ayakkabinin üretilmesi için 100 saat emek gerektirir. Eğer bir saat bir dolar ediyorsa, o zaman şu değeri elde etmiş oluruz: toplam üretim değeri 100 dolar ve ürün biriminin (bir çift ayakkabı) değeri 10 dolar. Eğer verimlilik %50 artarsa, o zaman verimlilik 10 çiftten 15 çift ayakkabiyi yükseksecek olup şu değer, elde etmiş oluruz: toplam üretim değeri 150 dolar ve bir birim ürünün değeri yedi dolar civarında olacaktır (çünkü 100 dolar = 15 çift ayakkabı). Buradan da görüldüğü gibi artan verimlilik toplam üretim değeriini değiştirmemis fakat, üretilen ürün miktarının artmasıyla bir ürün biriminin değeri azalmaktadır. Daha gelişmiş çalışma araçlarının uygulanmasıyla artan
verimlilik azalan emek harcamasıyla artan üretim üzerinde de
etkili olacaktır. Bu aslında emek verimliliğinin özelliği –
ürün birimi başına değerin ve bununla birlikte toplam üretim
değerinin azalması ki, bununla iki netice elde edilmektedir: bi-
rincisi, piyasadaki ürünler ucuzluyor ve ikincisi, ürünlerin üret-
tilmeleri kolaylaşıyor.

1.5. EMEK VERİMLİLİĞİNİN BAĞLI
OLDUĞU FAKTÖRLER

Çalışma sürecine katılan faktörlerin tamamı az ya da çok
emek verimliliği üzerinde etkili olup buradan hareketle verim-
lilik faktörleri olarak adlandırılmaktadır. Bu faktörler şunlardır:

Beşeri sermaye (tecrübe, bilgi, beceri ve yetenekler)
Beşeri/insan sermayesi, verimliliğin bağlı olduğu oldukça
önemli bir faktördür. Örneğin, bir ayakkabı ustasi üretim tec-
rübesi, bilgisi, becerileri ve yetenekleri sayesinde yeni işe ba-
şayan bir çalışanla kıyaslada daha kısa zamanda bir çift ayakkabı
yapabilecek durumdadır. Başka bir deyişle, bu zanaatın ustası
da yüksek beşeri sermaye düzeyi sayesinde yeni çalışanla ki-
yaslada aynı zaman diliminde daha çok çift ayakkabı yapabilecek
durumdadır. Buna göre, ustanın verimliliğinin daha yüksek ol-
duğu söylenebilir.

Sermaye varlığınıın gelişmişlik
Emek verimliliği, makineler, aletler, donanım vb. gibi ser-
maye varlıklarına bağlıdır. Örneğin, dikiş makinesi kullanan
bir terzi elde dikiş yapan başka bir terziye kıyasla çok daha kısa
zamanda bir kıyafeti dikecektir. Dolayısıyla, üretim sürecinde
kullanılan sermaye varlıklarının gelişmişliği, emek verimliliği
üzerinde büyük önemi olan faktörlerden biridir.
Doğal koşullar


Bilimin gelişmesi

Verimlilik faktörü olarak işin organize edilmesi, insanlar arası ilişkiler ve motivasyon

İşin/çalışmanın organize edilmesi/örgütlenmesi (üretimin organize edilmesi) de emek verimliliği üzerinde etkili olabilir. Aslında, bir üretim sürecinde üretim işlevleri ayrı ayrı yapılabilecek (öyle ki, muhtelif çalışanlar bir ürünün muhtelif kısımlarını işliyor veya bir çalışan bir ürünün banyo sona erişen) emek verimliliği daha yüksek veya daha düşük olabilir. Hammaddenin iyi ya da kötü aktarılması, makinelerin ve donanımın uzmanca veya amatörce kullanılması vb. sonucu olarak benzer netice elde edilecektir. İşletmede bozulan insanlar arası ilişkiler ve çalışanların yetersiz motivasyonu sonucu düşük emek verimliliği olup buradaki en büyük sorumluluk yöneticilere aittir.

2. ÇALIŞMANIN EKONOMİKLİĞİ

2.1. EKONOMİKLİĞİN İÇERİĞİ

Ürünlerin oluşumu daha az üretim faktörü kullanarak gerekeleşmede çalışmanın ekonomik olduğu, üretim daha çok üretim faktörü kullanarak gerçekleştirildiğinde ise çalışmanın ekonomik olmadığı söylenmektedir.

Maliyetlerin büyüklüğü, çalışan maaşlarının yüksekliği, maliyet fiyatı vb. işletme ekonomikliğinin para gibi değerli ifadelerle ve m³, kg, KW saat gibi doğal birimlerle de ifade edilebileceği göstergelerdir.

Aslında, her işletmenin ekonomik çalışması iki biçimde elde edilir:
1. En yüksek verimin (üretim hacmi, toplam gelir vb.) elde edildiği mevcut üretim faktörlerinin kullanılması ve
2. Belirlenen hedefe en düşük maliyetle ulaşılması yani, üretim faktörlerinin mümkün olduğunca az kullanılması.

2.2. EKONOMİKLİK KAVRAMI

Emek verimliliği, mümkün olduğunca az emekle mümkün olduğunca daha çok ürün üretebilmek anlamına gelmektedir. Ekonomiklikte ise şu düşünülmektedir: mümkün olduğunca daha az emekte; mümkün olduğunca daha az malzeme ve hammaddeyle; mümkün olduğunca daha az sermaye malları harcamakla mümkün olduğunca daha büyük verim elde etmek (üretim, toplam gelir). Ekonomiklik, emek dahil üretimde kullanılan tüm faktörlerden tasarruf edilmesi anlamına gelmektedir. Fakat, burada her ne pahasına olursa olsun tasarruf söz konusu değildir. Çünkü, dikkat edilmesi kaçınılmaz olan meseleler vardır:
* . üretilen ürünlerin kalitesi ve
* . ürünlerin faydasi.

Buradan hareketle ekonomiklik ilkesinin, insanın üretim faktörlerini mümkün olduğunca az kullanarak ürünlerin kalitesi ve faydasını da dikkate alarak mümkün olduğunca daha yüksek üretim hacmi elde etme uğraşını ifade ettiği sonucuna varabiliriz.

2.3. EMEĞİN EKONOMİKLİĞİ VE VERİMLİLİĞİ

Emek verimliliği, üretilen ürün miktarı (edinim) ile harcanan emek miktarı arasındaki oran olarak tanımlanmıştır. Ekonomiklik ise, üretilen ürün miktarı ile üretim faktörlerinden her bi-
rinin ayrı ayrı veya tüm üretim faktörlerinin toplam miktarına oranı olarak tanımlanmaktadır.

Dolayısıyla, üretilen ürün miktarı ile harcanan emeğin oranı söz konusu olduğunda emek verimliliği ekonomiklik-le eşitlenmektedir. Aslında, ekonomiklik de emek faktörünün kullanımına (harcanmasına) ilişkidir. Fakat, emek verimliliği söz konusu olduğunda emeğin belli bir miktarda ürünü meydana getirme yeteneği düştüğünde bahse konulan ekonomiklik olduğunda ise, ürünlerin üretilmesinde emek tasarrufu düşüntülmektedir. Emek verimliliğinin artması, emek üretkenliğinin artması anlamına gelirken aynı zamanda, diğer faktörlerin değişmeden kalması veya harcanan emeğin orana daha az miktarda azalmış ya da artmış olması durumunda toplam ekonomikliğin artması anlamına da gelmektedir.

2.4. EKONOMİKLİĞİN ÖLÇÜLMESİ

Ekonomikliğin, harcanan üretim faktörleri üzerinden ölçülmesi (ekonomikliğin doğal ifadesi)

Ekonomikliğin tanımından hareketle aşağıdaki formülde verilmiş olan ekonomikliğin genel ölçüsü de çıkmaktadır:

\[
\text{Ekonomikliğin doğal katsayısı} = \frac{\text{Üretilen ürün miktarı}}{\text{Harcanan faktör miktarı}}
\]

İşletmede oluşturulan ürünlerin niceliği ve çeşitliliği yanısıra, ekonomikliğin ölçülmesi sırasında ölçü olarak alınan üretim faktörlerinin de niceliğine bağlı olarak ekonomiklik ölçüleri değiştirilmiş şekilde de gösterilebilir.

Çalışma ekonomikliğinin sadece tek üretim faktörünün harcanmasına oranla ölçümesi gerekiyliğinde bunu üretilen ürün miktarını doğal birimler olarak göstererek basit bir şekilde yapabiliriz ki, bu arada harcanan faktör miktarı da gösteril-
misión olur. Örneğin, 20.000 m²’lik ahşap parke için 1.000 m³ odun kullanılmıştır. Bu verilerden hareketle şunu elde ederiz:

\[
\text{Ahşap parke için harcanan odun malzemenin ekonomiklik} = \frac{20.000}{1.000} = 20
\]

Bu durum, 1 m³ odun malzemesinden 20 m² parke üretilmektedir. İşletme doğal olarak 1 m³ odun malzemesinden mümkün olduğuna daha çok parke miktarı üretmeye çalışmaktadır.

**Fiyatlar üzerinden ekonomikliğin ölçülmesi (ekonomikliğin değersel ifadesi)**

Eğer işletme parasal olarak ifade edilmiş üretimin toplam değeri olarak gösterilebilen farklı ürün türleri üretiyorsa, o zaman işletme çalışmasının toplam ekonomikliğini ölçmek için fiyatlar kullanılabilir. Bunu hesaplayabilmek için piyasaya yöneltik toplam üretim miktarının satış fiyatlarıyla çarpılması ve üretim faktörleri ile onların fiyatlarıyla bölünmesi gerekmektedir. Ürünlerin cari satış fiyatları ve üretim faktörlerinin cari fiyatlarının kullanılmasıyla üretilen ürünlerin miktarı ile harcanan üretim faktörleri miktarı değerSEL olarak ifade edilmektedir. Bundan dolayı, ekonomiklik göstergesi de değerSEL ifadeye sahiptir. Ekonomikliğin değerSEL olarak ölçülme ifadesi şu şekle sahiptir:

\[
\text{Ekonomikliğin değerSEL katsayısı} = \frac{\text{ürünler miktarı} \times \text{satış fiyatları}}{\text{harcanan üretim faktörleri miktarı} \times \text{fürlüvrier faktörleri fiyatları}}
\]
Ekonomiklik katsayısı, bir ya da daha fazla ürün için kullanıldığında daha basit bir şekilde de olabilir:

\[
\text{Ekonomikliğin değerli katsayısı} = \frac{\text{Ürün satışından elde edilen gelirler}}{\text{Ürünlerin üretim maliyetleri}}
\]

Örneğin:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Unsurlar</th>
<th>Cari yıl 2009</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Üretim hacmi kg olarak</td>
<td>900</td>
</tr>
<tr>
<td>Ürûnün satış fiyatı</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>Malzeme maliyetleri</td>
<td>1.000 kg x 20 denar</td>
</tr>
<tr>
<td>Emek maliyetleri</td>
<td>2.000 saat x 19 denar</td>
</tr>
<tr>
<td>Amortisman</td>
<td>1.000 denar</td>
</tr>
</tbody>
</table>

\[
Eo = \frac{900 \times 80}{(2009) (1.000 \times 20) + (2.000 \times 19) + 1.000} = 1,22
\]

Yukarıdaki hesaplamalardan 2009 yılı ekonomiklik katsayısının 1,22 olduğu görülmektedir.

Ekonomikliğin ölçülmesinde cari fiyatların kullanılmasıından dolayı, ekonomiklik katsayısında sadece işletmenin belli üretim faktörlerinin harcanmasına karşı tutumu değil, ürünlerin satış fiyatı ile üretim faktörlerinin alış fiyatlarının yüksekliği gibi dış faktörler de etki edebilir. İç ve dış faktörlerin çalışma ekonomikliği üzerindeki etkisi hakkında net bir resim elde edebilmek için ekonomiklik değişikliklerinin hesaplanması sırasında sürekli (baz) fiyatlar kullanılmaktadır. Böylece, ekonomikliğin değişmesinde fiyatların etkisi bertaraf edilmektedir.
2.5. EKONOMİKLİK FAKTÖRLERİ

Ekonomiklik üzerinde etkili olan faktörler nereden çıkmaktadır:

Her birim ürünnün üretilmesi için emek, malzemeler, sermaye malları vb. harcanması kaçınılmazdır. Demek ki, ekonomiklik faktörleri olarak her şeyden önce üretim faktörleri ortaya çıkmaktadır. Buna göre ekonomikliğin artırılmasına ilişkin önlemlerin alınması öncelikle bu faktörlere yani, bunların daha az ve daha etkin kullanımlarına katkı sağlayacak olan tüm etki ve faaliyetlere ilişkindir.

Ekonomiklik düzeyi, ürün miktarı ile bu ürünlerin oluşması için harcanan faktör miktarı ile belirlenmektedir. Fakat, her iki büyüklüğünün üzerinde iki faktör grubu etkilidir: muhtelif üretim faktörlerinin harcanmasında görülen dahili ve nihai ürünlerle üretim faktörlerin değerini değiştiren harici faktörler.

Ekonomiklik üzerinde etkili olan harici faktörler

Ekonomiklik üzerinde etkili olan harici faktörler şunlardır: satışa yönelik nihai ürünlerin fiyat değişiklikleri ve üretim için tedarik edilmişesi gereken üretim faktörlerin fiyat değişiklikleri. Dolayısıyla, ürünlerin satış fiyatı yüksekliği ile üretim faktörlerinin alış fiyatı yüksekliği üretilen ürün miktarına etki etmektedir (ürün satışından elde edilen gelirlerle üretilen ürünler için yapılan harcamalar üzerinden ifade edilmiş olan). Öyle ki, ürünlerin daha yüksek satış fiyatı ile üretim faktörlerinin daha düşük “alış” fiyatları çalışanın ekonomikliği üzerinde olumlu etkiye sahipken ürünlerin daha düşük satış fiyatları ile üretim faktörlerinin daha yüksek alış fiyatları çalışanın ekonomikliğinde düşüş meydana getirmektedir.
Ekonomiklik üzerinde etkili olan dahili faktörler
İşletmeler, ekonomikliği artırmaya çabalarını dahili faktörlerin kullanım biçimine doğru şu şekilde yönlendirmektedir:

- **Çalışma organizasyonunu iyileştirmek** – çalışanlar arasındada uygun iş dağılımının yapılmış olduğu iş organizasyonu, çalışma standartlarının uygulanması, gerçekleştiren çalışma işlevlerinin kontrolü, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, çalışmanın takibi ve sürekliliğini sağlamak vb.

- **Çalışanların bilgilerini ve becerilerini artırmak** – eğitim süreci ve çalışma tecrübesi yoluya elde edilen bilgiler, beceriler ve çalışma yetenekleri (beşeri sermaye) ekonomikliğin iyileşmesine katkı sağlamaktadır.

- **Varlıkların harcanmasına karşı çalışanların tutumu** – çalışanların motivasyonunu artırmak ve varlıkların harcanmasına yönelik tutumlarını iyileştirmek, hammadde ve malzemelerin, yakıtı, enerjinin doğru ve tasarruflu kullanımları, atıkların azaltılması vb. ekonomikliği artıran etkiye sahiptir. Aynı zamanda, makinelerin, aletlerin ve donanımın doğru muhafaza edilmesi ve bakımlarıyla, yani kullanım ömrülerinin uzatılmasıyla ekonomikliğe katkı sağlanmaktadır.

3. KÂRLILIK (RANTABİLİTE)

3.1. KÂRLILIK KAVRAMI VE İÇERİĞİ

Kârlılık kavramıyla, varlıkların (sabit ve cari) mümkün olduğunca az kullanılamasyla mümkün olduğunca çok kâr elde etme talebi veya çabası ifade edilmektedir. Bu ifade aslında kâr kavramıyla bağlantılı olup çalışma sırasında kullanılmış olan varlıklarla oranla gerçekleştirdileren “kazanç” (kâr) yüzdesini ifade etmektedir. İşletmenin nihai hedefinin kârı maksimize etmek olduğunu göz önünde bulundurursak, o zaman sağlanan kârlı-
lik düzeyi aslında işletmenin çalışmasının başarı düzeyini yani, temel hedefini gerçekleştirmeye düzeyini göstermektedir.

Çalışma sırasında belli bir kârlılık düzeyini gerçekleştirmek işletmenin var oluş koşulu durur. Kârlı çalışmayla şirketten bir kısmının sermayenin artırılmasına yönelik kullanılması ve gelecekte gelişimi sağlayacak koşullar oluşturulmaktadır. Kârsız çalışan işletme yani, daha uzun zaman zararla çalışan bir işletme, öz varlıklar (sermaye) payının azalmasından dolayı çalışma sürekliliği için gereklili koşullara sahip olmayıp çalışmasını sonlandırmak zorunda kalacaktır. Bunun için kârlılık ilkesi, tüm işletme kararlarının getirilmesinde esas kriter olmalıdır.

3.2. KÂRLİLİĞİN ÖLÇÜLMESİ

Kârlılık oranı, gerçekleşen kâr ile çalışma sırasında kullanılan varlıkların ortalaması büyüklüğünün bölünmesiyle elde edilmektedir. Bunu, şu ifadeyi kullanarak hesaplayabiliriz:

\[
\text{Kârlılık oranı} = \frac{\text{Kâr}}{\text{Ortalamalar kullanilan varlıklar (sabit cari)}} \times 100
\]

Bu ifadenin uygulanması basit olsa da kârlılığın hesaplanması sırasında kârın içeriği ile ortalaması kullanılan varlıklarla ilgili bazı ikilemler ortaya çıkmaktadır. İşletmenin öz sermaye (varlıklar) dışında faiz ödeme yükümlülüğü olan yabancı kaynakları (kisa veya uzun vadeli borçlar) da kullandığı bilinmektedir. Tamamen kendi kaynaklarını kullanan ile kısmen kendi kaynaklarını ve kısmen yabancı kaynakları kullanan işletmeler ayrımi da buradan kaynaklanmaktadır. Eğer, her iki işletmenin toplam olarak kullanılan varlıkların değeriine oranla toplam kârının aynı olduğunu varsayarsak, borç varlıklar kullanılan işletmenin faiz ödesi gerektiğinden dolayı aslında kârı diğer işletme kıyısla daha düşüktür. Buna göre, kârlılığın daha reel ölçülmesi için işletme kârı toplam varlıkla-
rın (öz ve yabancı) ortalama değerine bölünmeli veya yabancı varlıkların faizi miktarınınca azaltılmış kärın öz kaynakların değeriine bölünmesi gerekmektedir.

3.3. KÂRLILIK FAKTÖRLERİ

Kârlılık ilkesinden hareketle kärın ve çalışma varlıklar değerinin işletmenin kârlılık düzeyinin temel belirleyicileri olduğu ortaya çıkmaktadır. Kâr, ürünlerin belirli fiyatlar üzerinden satışından elde edilen gelirlerle bu ürünün üretilmesi için yapılan giderler arasındaki fark olarak ortaya çıkmaktadır. Eğer kärın tamamının değil de sadece borç alınan varlıkların faiz giderlerinin ödenmesinden sonra kalan kısmın işletmeye ait olduğunu göz önünde bulundurursak, o zaman işletme kârlılığının daha önemli faktörleri olarak şunlar belirtilebilir:
- satılan ürün miktarı;
- ürünlerin satış fiyatları;
- ürünlerin üretilmesi için giderler;
- toplam varlıkların değeri (öz ve borç)
- faiz oranlarının yüksekliği.

ANAHTAR KAVRAMLAR:

VERİMLİLİK
EKONOMİKLİK
RANTABİLİTE
KÂRLILIK
Geniş anlamıyla emek verimliliği, üretim miktarı ile bu üretim için harcanan emek miktarı arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir.

Genel işletme bakışı açısından her verimlilik artışının ekonomik olarak haklı ve kabul edilebilir olmadığını bilmemiz gerekir. Özellikle de bu artış normalinden daha çok emek ve mazleme harcanarak elde edilmişse.

Verimlilik, ekonomikliğin artmasındaki esas faktördür.

İktisadi ilke olarak ekonomiklik, mümkün olduğunca az varlık, emek ve zaman harcayarak mümkün olduğunca çok kâr sağlamayı ifade etmektedir.

Kârlılık için önceki iki ilkenin bir bütün olarak uygulanmasının neticesi olduğu söylenmektedir. Yani, kârlılık mümkün olduğunca az öz kaynak (sabit ve cari) kullanarak mümkün olduğunca çok kâr sağlamayı ifade etmektedir.

**Tartışma soruları:**

1. Verimlilik kavramını tanımla!
2. Verimlilikin milli ekonomi üzerindeki etkisini/yansımasyonuna açıkla!
3. Verimlilikin daha önemli faktörlerini say!
4. Teknolojik gelişimin verimlilik üzerindeki etkisini açıkla!
5. Emek verimliliği ile ekonomiklik arasındaki ilişkiyi açıkla!
6. Ekonomiklik nasıl ölçülebilir?
7. Ekonomikliğin harici faktörlerini belirt ve etkilerini açıkla!
8. Ekonomiklik üzerinde etkili olan birkaç faktör say!
9. Üretimde görev alan çalışanların ilişkisi ile organizasyonel faktörlerin ekonomiklik üzerindeki etkisini açıkla!
10. Kârlılık kavramı ne ifade etmektedir?
КУЈНАКЦА

5. Д. Ефтимовски “Економија на развојот” - Скопје 2003 г.
8. Закон за тргвски друштва - Службен весник на Р.М. 28/04;
9. Закон за сметководство - Службен весник на Р.М. 42/93;
12. К. Аџи Митревски, В. Талеска - “Економика на организациите на здружен труд”, Скопје 1983 г.
15. М. Милисављевиќ - “Маркетинг” Београд 1990 г.
18. Т. Кралев - “Основи на менаџмент”, Скопје 1999 г.