

Editörler

Doç. Dr. Şükran KARACA

Doç. Dr. Meftune ÖZBAKIR UMUT

GENEL İŞLETME

ÜÇÜNCÜ BASKI

**DETAY
YAYINCILIK**

Ankara, 2023

DETAY YAYINLARI : 826
3. Baskı : Temmuz 2023
2. Baskı : Eylül 2019
1. Baskı : Haziran 2017
ISBN : 978-605-9440-79-0
Yayıncı Sertifika No : 46573
Matbaa Sertifika No : 42488

Kitap bölümlerine ait her türlü yasal/akademik sorumluluk bölüm yazarlarına aittir.

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık
Baskı ve Cilt : Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi
1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Şükran Karaca ve Meftune Özbakır Umut
Genel İşletme, 3. Baskı
ISBN: 978-605-9440-79-0, xiv + 328 sayfa, kaynakça var, dizin yok



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

ÜÇÜNCÜ BASKIYA ÖNSÖZ

Paydaş anlayışı kapsamında işletmeler hem ekonomik yapının hem de toplumu oluşturan pek çok unsurun en önemli aktörlerindedir. Bu kapsamda toplumdaki, ülkelerden ve devletlerden işletmeyi ayrı düşünmek ve onu kendi içinde değerlendirmek doğru değildir. Toplumun başına gelen olumsuz durumlar veya felaketler ile bu durum daha iyi anlaşılmalıdır. Özetle toplumun “iyi hali” ile ancak işletmenin “iyi halinden” bahsetmek mümkün olacaktır. Bunu yaşayarak öğrendiğimiz en çarpıcı iki örnek dünya genelinde 2020 yılında ilan edilen COVID-19 pandemisi ile ülkemizde yaşanan Şubat 2023 deprem felaketleri olmuştur. Bu iki felakette de işletmelerin hem tüm olumsuzluklarından etkilendiğini hem de toplumun yaşadığı olumsuz durumları engellemeye yönelik çaba sarf ettiğini söyleyebiliriz. Bu kapsamda işletmelerin toplumun istek ve ihtiyacını karşılamanın ötesinde hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal iyi halin sağlanmasında yönünde pek çok amacının olduğunu söylemek mümkündür.

Özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte işletmecilikte pek çok gelişim yaşanmış ve işletmenin bir bilim olarak ele alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda gelişen işletmecilik eğitimi ile ön lisans, lisans ya da lisansüstü düzeyde işletme eğitimi almak, bireylerin profesyonel hayatta rekabet avantajı elde etmelerini sağlamalarına yardımcı olmaktadır.

Çeşitli düzeylerde genel işletme dersi veren akademisyenlerin bir araya gelerek, ilgili konularda önemli olduğu düşünülen noktaların net bir şekilde ifade edilmesi amacıyla ilk baskısı Haziran 2017’de, ikinci baskısını Eylül 2019’da yapılan Genel İşletme kitabının üçüncü baskısını yapmaktan mutluluk duyuyoruz.

Kitabın yazımında emeği geçen tüm yazarlara ve Detay Yayıncılık yönetici ve çalışanlarına teşekkür ediyoruz.

Doç. Dr. Şükran KARACA

Doç. Dr. Meftune ÖZBAKIR UMUT

Temmuz, 2023

İÇİNDEKİLER

ÜÇÜNCÜ BASKIYA ÖNSÖZ.....	iii
---------------------------	-----

BİRİNCİ BÖLÜM

İŞLETMECİLİKLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR VE İŞLETMENİN AMAÇLARI

Doç. Dr. Neşe ACAR

1. GİRİŞ	1
1.1. İŞLETME KAVRAMI	1
1.2. İŞLETMECİLİKLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	2
1.2.1. İhtiyaç	2
1.2.2. Ekonomik Olaylar	6
1.2.3. Ürün (Mal ve Hizmetler).....	7
1.2.4. Fayda	8
1.2.5. Üretim ve Üretim Faktörleri	8
1.2.6. Tüketim	12
1.2.7. Talep	12
1.2.8. Arz	13
1.2.9. Fiyat	13
1.2.10. Pazar	14
1.2.11. Değer	14
1.3. ÇAĞDAŞ İŞLETMECİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	14
1.4. İŞLETME BİLİMİNİN DİĞER DİSİPLİNLERLE İLİŞKİSİ	17
1.4.1. İşletme ve Ekonomi İlişkisi	18
1.4.2. İşletme ve Davranış Bilimleri İlişkisi	19
1.4.3. İşletme ve Hukuk İlişkisi	19
1.4.4. İşletme ve Matematik-İstatistik İlişkisi.....	20
1.4.5. İşletme ve Bilgi Teknolojileri İlişkisi.....	20
1.5. İŞLETMENİN AMAÇLARI	21
1.5.1. İşletmenin Genel Amaçları	21
1.5.2. İşletmelerin Özel Amaçları	24
1.6. İŞLETMENİN FONKSİYONLARI.....	24
BİRİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	25

İKİNCİ BÖLÜM İŞLETMENİN ÇEVRESİ

Dr. Öğr. Üyesi Barış KAVCAR

2. GİRİŞ	27
2.1. İŞLETMENİN ÇEVRESİ	27
2.1.1. İç Çevre.....	27
2.1.2. Yakın Çevre	28
2.1.3. Uzak Çevre	30
İKİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İŞLETMELERİN SINIFLANDIRILMASI

Doç. Dr. Ramazan NACAR

3. GİRİŞ	44
3.1. İŞLETMELERİ SINIFLANDIRMANIN GEREĞİ.....	44
3.2. İŞLETME TÜRLERİ.....	45
3.2.1. Tüketici Çeşidine Göre İşletmeler	46
3.2.2. Üretilen Mal ve Hizmet Çeşidine Göre İşletmeler	47
3.2.3. Üretim Teknolojisine Göre İşletmeler	47
3.2.4. Faaliyet Alanlarına Göre İşletmeler.....	48
3.2.5. Büyüklüklerine Göre İşletmeler	48
3.2.6. Sermaye Mülkiyetine Göre İşletmeler.....	51
3.2.7. Hukuki Yapılarına Göre İşletmeler	52
3.2.8. Ulusal Kökenlerine Göre İşletmeler	59
3.2.9. İşletme Birlikleri	61
3.2.10. Çeşitli Kriterlere Göre İşletme Türleri.....	62
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KAYNAKÇASI	64

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERİN KURULUŞ ÇALIŞMALARI

Doç. Dr. Zafer ADIGÜZEL

4. GİRİŞ	66
4.1. İŞLETME KURMA AŞAMALARI.....	66
4.1.1. Yatırım Düşüncesi	68
4.1.2. Uygun Yatırım Alanı Seçimine Etki Eden Faktörler	69
4.2. YAPILABİLİRLİK ARAŞTIRMASI (FİZİBİLİTE)	73
4.2.1. Ekonomik Araştırma	74
4.2.2. Teknik Araştırma.....	84
4.2.3. Finansal Araştırma.....	86
4.2.4. Yasal Araştırma	87
4.2.5. Devlet Destekleri.....	87
4.3. FİZİBİLİTE RAPORU VE YATIRIM DEĞERLENDİRME	88
4.4. İŞLETME KURMA KARARI ALINDIKTAN SONRA YAPILMASI	
GEREKENLER.....	89
4.4.1. Toplam Yatırım Tutarının Hesaplanması	89
4.4.2. Yatırım Gerçekleştirme.....	89
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM KAYNAKÇASI	90

BEŞİNCİ BÖLÜM

YÖNETİM

Dr. Öğr. Üyesi Sevtap SARIOĞLU UĞUR

5. GİRİŞ	91
5.1. YÖNETİMDE TEMEL KAVRAMLAR	91
5.2. YÖNETİMİN TANIMI	92
5.3. YÖNETİMİN ÖNEMİ.....	93
5.4. YÖNETİMİN ÖZELLİKLERİ.....	94
5.4.1. Amaç Özelliği	94
5.4.2. Grup Özelliği	94
5.4.3. Beşeri Özellik.....	94
5.4.4. İşbirliği Özelliği.....	95
5.4.5. İşbölümü ve Uzmanlaşma Özelliği	95
5.4.6. Koordinasyon Özelliği	95
5.4.7. Yetki Özelliği	95

5.4.8. Evrensel Özellik.....	95
5.4.9. Basamaksal Özellik	96
5.5. YÖNETİM FONKSİYONLARI.....	96
5.5.1. Planlama	96
5.5.2. Örgütlenme/Organizasyon	100
5.5.3. Yöneltilme.....	101
5.5.4. Koordinasyon	102
5.5.5. Denetim.....	103
5.6. YÖNETİCİ	104
5.6.1. Yönetici ve Yöneticilik Kavramı	104
5.6.2. Yönetici/Yönetim Kademeleri	105
5.6.3. Yönetici Yetenekleri	106
5.6.4. Yönetici ve Lider Ayrımı	107
5.7. YÖNETİM YAKLAŞIMLARI	108
5.7.1. Klasik (Geleneksel) Yönetim Yaklaşımı	109
5.7.2. Neo-Klasik (Davranışsal) Yönetim Yaklaşımı	112
5.7.3. MODERN YÖNETİM YAKLAŞIMI.....	115
5.7.4. Modernizm Sonrası Yaklaşımlar ve Postmodernizm	118
BEŞİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI	122

ALTINCI BÖLÜM

ÜRETİM

Doç. Dr. Sibel YILDIZ ÇANKAYA

6. GİRİŞ	124
6.1. ÜRETİM VE ÜRETİM YÖNETİMİ	125
6.2. ÜRETİM SİSTEMLERİNİN SINIFLANDIRILMASI	125
6.2.1. Üretim Yöntemine Göre Sınıflandırma	126
6.2.2. Mamul Cinslerine Göre Sınıflandırma	126
6.2.3. Üretim Miktarına veya Akışına Göre Sınıflandırma	126
6.2.4. Çağdaş Üretim Sistemleri.....	127
6.3. ÜRETİM YÖNETİMİNDE YER ALAN BAŞLICA KONULAR.....	129
6.3.1. Üretim İşletmelerinin Yerleştirilmesi.....	129
6.3.2. Üretim Planlama ve Kontrol	132
6.3.3. Stok Yönetimi	134
6.3.4. Kalite Kontrol	138
ALTINCI BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	148

YEDİNCİ BÖLÜM

PAZARLAMA

Doç. Dr. Şükran KARACA

7. GİRİŞ	150
7.1. PAZARLAMADA TEMEL KAVRAMLAR	150
7.2. PAZARLAMANIN TANIMI	151
7.3. PAZARLAMANIN GELİŞİMİ	153
7.3.1. Üretim Anlayışı	153
7.3.2. Ürün Anlayışı	154
7.3.3. Satış Anlayışı	154
7.3.4. Çağdaş (Modern) Pazarlama Anlayışı	154
7.3.5. Toplumsal Pazarlama Anlayışı	155
7.3.6. İlişkisel Pazarlama	156
7.4. PAZARLAMA ARAŞTIRMASI	156
7.4.1. Problemin Tanımlanması ve Amacın Saptanması	157
7.4.2. Veri Kaynaklarının Belirlenmesi	157
7.4.3. Anakütle ve Örneklem Belirlenmesi	158
7.4.4. Veri Toplama Yönteminin Seçimi	158
7.4.5. Veri Toplama	158
7.4.6. Verilerin Analizi	158
7.4.7. Yorum ve Raporlama	159
7.5. PAZAR KAVRAMLARI	159
7.5.1. Pazar Bölümlendirme (Segmentasyon)	160
7.5.2. Hedef Pazar Seçimi	161
7.5.3. Özel Bir Pazar Bölümü: Niş	162
7.5.4. Konumlandırma	163
7.6. PAZARLAMA YÖNETİMİ VE FONKSİYONLARI	163
7.6.1. Ürün	164
7.6.2. Fiyat	170
7.6.3. Tutundurma (Pazarlama İletişimi)	176
7.6.4. Dağıtım	185
YEDİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI	189

SEKİZİNCİ BÖLÜM

MUHASEBE

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇİDEM

8. GİRİŞ	191
8.1. MUHASEBENİN TANIMI VE TÜRLERİ.....	191
8.1.1. Genel (Finansal) Muhasebe.....	192
8.1.2. Maliyet Muhasebesi	192
8.1.3. Yönetim Muhasebesi	192
8.1.4. Uzmanlık Muhasebesi.....	193
8.2. MUHASEBENİN FONKSİYONLARI	193
8.3. MUHASEBENİN TEMEL KAVRAMLARI	194
8.4. GENEL KABUL GÖRMÜŞ MUHASEBE İLKELERİ.....	196
8.4.1. Gelir Tablosu İlkeleri.....	196
8.4.2. Bilanço İlkeleri	196
8.5. MALİ TABLOLAR	196
8.5.1. Temel Mali Tablolar	197
8.5.2. Ek Mali Tablolar	198
8.5.3. Temel Muhasebe Denkliği.....	198
8.6. HESAP KAVRAMI	199
8.6.1. Bilanço Hesaplarının İşleyişi	199
8.6.2. Gelir Tablosu (Sonuç) Hesaplarının İşleyişi	200
8.6.3. Maliyet Hesaplarının İşleyişi	200
8.6.4. Tek Düzen Hesap Planı.....	200
8.7. MUHASEBEDE KULLANILAN DEFTERLER.....	201
8.7.1. Yevmiye Defteri	202
8.7.2. Defter-i Kebir	202
8.7.3. Envanter Defteri.....	202
8.7.4. İşletme Defteri	202
8.8. İŞLETMELERDE MUHASEBE SÜRECİ.....	202
SEKİZİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	203

DOKUZUNCU BÖLÜM

FİNANSMAN

Öğr. Gör. Sevgi ŞEKER

9. GİRİŞ	204
9.1. FİNANSMANIN TANIMI, KAPSAMI VE ÖNEMİ	204
9.2. FİNANS YÖNETİCİSİNİN NİTELİKLERİ VE GÖREVLERİ	206
9.3. FİNANSMAN TÜRLERİ	207
9.3.1. Sermayenin Kaynağına Göre Finansman Türleri	207
9.3.2. Vadesine Göre Finansman Türleri	210
9.4. FİNANSAL ANALİZ.....	211
9.4.1. Finansal Analizde Kullanılan Finansal Tablolar	212
9.4.2. Finansal Analiz Teknikleri	215
9.5. FİNANSAL PLANLAMA VE DENETİM.....	225
9.6. ÇAĞDAŞ FİNANSMAN KAYNAKLARI	227
9.6.1. Leasing (Finansal Kiralama)	228
9.6.2. Factoring.....	230
9.6.3. Forfaiting.....	233
9.6.4. Risk Sermayesi.....	235
9.6.5. Melek Yatırımcı (Angel Financing)	236
9.6.6. Barter	237
9.6.7. Forward	238
9.6.8. Futures	238
9.6.9. SWAP	239
9.6.10. Opsiyon.....	239
DOKUZUNCU BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	240

ONUNCU BÖLÜM

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Gülden POLAT

10. GİRİŞ.....	242
10.1. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	242
10.2. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	243
10.3. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ÖNEMİ.....	244
10.4. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN AMAÇLARI.....	245
10.5. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN İŞLEMLERİ	246

10.5.1. İnsan Kaynakları Planlaması.....	247
10.5.2. İş Analizi	248
10.5.3. İnsan Kaynağını Bulma	250
10.5.4. İnsan Kaynağını Seçme	251
10.5.5. İşgören Eğitimi	252
10.5.6. Performans Değerleme.....	255
10.5.7. İş Değerlemesi	258
10.5.8. Ücretlendirme ve Türleri	260
10.5.9. Kariyer Yönetimi.....	261
10.5.10. Çalışma İlişkileri.....	262
ONUNCU BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	267

ONBİRİNCİ BÖLÜM HALKLA İLİŞKİLER

Doç. Dr. Niyazi GÜMÜŞ

11. GİRİŞ.....	270
11.1. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI	270
11.2. HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ	272
11.2.1. Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi.....	273
11.3. HALKLA İLİŞKİLER VE HEDEF KİTLE	273
11.4. HALKLA İLİŞKİLERİN TEMEL AMAÇLARI	276
11.5. HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ	278
11.6. HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ.....	279
11.7. PAZARLAMA ODAKLI HALKLA İLİŞKİLER (MPR).....	281
11.8. HALKLA İLİŞKİLER İNTERNET VE YENİ MEDYA	283
11.9. HALKLA İLİŞKİLER VE KRİZ YÖNETİMİ	288
11.10. SOSYAL MEDYADA KRİZ YÖNETİMİ	290
11.11. KURUM İÇİ HALKLA İLİŞKİLER	292
11.12. HALKLA İLİŞİKLERDE AHLAKİ KONULAR	292
11.13. HALKLA İLİŞKİLERİN GELECEĞİ.....	293
ONBİRİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	294

ONİKİNCİ BÖLÜM

AR-GE VE İNOVASYON

Öğr. Gör. Bekir Gökhan DOĞAN

12. GİRİŞ.....	296
12.1. AR-GE KAVRAMI.....	297
12.2. AR-GE ÇEŞİTLERİ.....	297
12.3. AR-GE'YE YÖNELİK STRATEJİLER	298
12.4. AR-GE'NİN FAYDALARI VE RİSKLERİ.....	299
12.5. TÜRKİYE VE DÜNYA'DA AR-GE YÖNETİMİ.....	300
12.6. İNOVASYON	304
12.7. İNOVASYON ÇEŞİTLERİ	305
12.7.1. Ürün İnovasyonu.....	305
12.7.2. Süreç İnovasyonu	305
12.7.3. Pazarlama İnovasyonu	306
12.7.4. Organizasyonel İnovasyon.....	306
12.8. AR-GE VE İNOVASYON İLİŞKİSİ.....	307
12.9. BAŞARILI AR-GE VE İNOVASYON ÖRNEKLERİ.....	308
ONİKİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI	310

ONÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ETİK

Doç. Dr. Meftune ÖZBAKIR UMUT

13. GİRİŞ.....	312
13.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	312
13.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımları.....	313
13.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi.....	314
13.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ	316
13.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJLARI	319
13.4. KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞI.....	319
13.4.1. Sürdürülebilirlik Kavramı	320
13.4.2. Kurumsal Sürdürülebilirliğin Faydaları.....	321
13.5. İŞLETME VE PAZARLAMA ETİĞİ.....	322
13.5.1. İşletme Etiği ve İşletmecilikte Etik Davranış Göstergeleri	322
13.5.2. Pazarlama Etiği ve Etik Kodlar.....	323
ONÜÇÜNCÜ BÖLÜM KAYNAKÇASI.....	325

