



İŞLETMEYE GİRİŞ

DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖZDE MERT

gozde.mert@nisantasi.edu.tr



İŞLETMEYE GİRİŞ

BÖLÜM: İşletme Bilimi ile İlgili Temel Kavramlar

1. İşletme Biliminin Tarihi Gelişimi

2. İhtiyaçlar

2.1. İhtiyaç Kavramı

2.2. İhtiyaçların Sınıflandırılması

2.3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

2.3.1. Fizyolojik İhtiyaçlar

2.3.2. Güvenlik İhtiyacı

2.3.3. Ait Olma İhtiyacı

2.3.4. Saygı Görme İhtiyacı

2.3.5. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı



İŞLETMEYE GİRİŞ

BÖLÜM: İşletme Bilimi İle İlgili Temel Kavramlar

3. İşletme
4. Teşebbüs
5. Müteşebbis
6. Girişimcilik
7. Yönetici
8. Üretim Faktörleri
 - 8.1. Tabiat
 - 8.2. Sermaye
 - 8.3. Emek
 - 8.4. Müteşebbis
 - 8.5. Yönetim ve İnsan İlişkileri



1. İŞLETME BİLİMİNİN TARİHİ GELİŞİMİ

HUKUK → İKTİSAT → İŞLETME

İşletme biliminin konusu; insanların ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet üretmektir. Bu faaliyetlerini yaparken kendinden önce bu konuda İktisat ve Hukuk bilimleri tarafından tespit edilen kanun, prensip ve sınırlamalara bağlı kalır.



2.1. İHTİYAÇ KAVRAMI

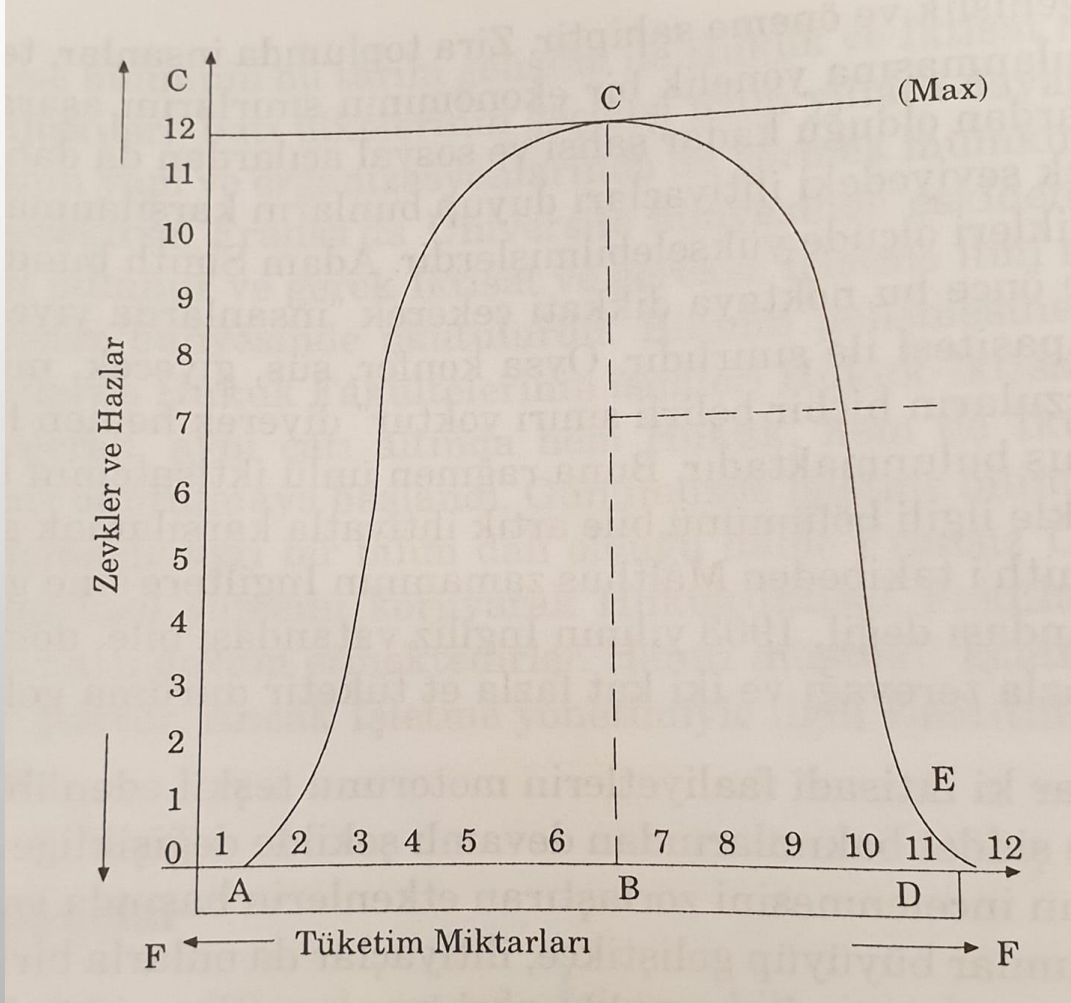
İhtiyaç; gereklilik, yokluk, çaresiz kalıp isteme ve muhtaçlık anlamına gelmektedir.

İhtiyaçlar, çeşitlerine göre karşılanmadıklarında acı, üzüntü ve kaygı meydana getirebilecekleri gibi; giderildiklerinde de sevinç, zevk ve gurur duyurlar. İnsan acıırken midesi sızlar, beğenildiğinde ise gururlanır. Bu nedenle, ihtiyaç tatmin edilmediğinde acı, doyurulduğunda ise zevk veren bir duygudur.

Psikolojik ve fizyolojik köklere dayanan ihtiyaçlar karşılandıkça; önce artan bir haz vermekte ve karşılanma devam ettikçe bir noktadan sonra duyulan haz azalarak sonunda eleme ve acıya dönüşmektedir.



2.1. İHTİYAÇ KAVRAMI



Başlangıçta tüketim miktarı arttıkça duyulan zevk ve haz da artmaktadır.

Ancak C noktasında duyulan zevk ve haz maksimum düzeye ulaşmakta ve bu noktadan sonra azalarak kaybolmakta ve yerini acı ile sıkıntı almaktadır.



2.2. İHTİYAÇLARIN SINIFLANDIRILMASI

1. Birincil İhtiyaçlar:

Yemek yeme, su içme, giyinme, barınma vb. organik ve psikolojik faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan fizyolojik ihtiyaçların giderilmedikleri süre üzüntü, karşılandıklarında da haz ve zevk vermektedir.

İhtiyaçlar verdikleri üzüntü veya zevkin şiddetine göre sıralanırlar. İlk sırada genellikle fizyolojik faktörlerin etkisiyle oluşan ihtiyaçlar yer alır. Bunlara temel ihtiyaçlar veya birincil ihtiyaçlar denmektedir.

Bu ihtiyaçlar karşılanmazsa hayat çekilmez, hatta imkansız hale gelir.



2.2. İHTİYAÇLARIN SINIFLANDIRILMASI

2. İkincil İhtiyaçlar:

Bütün hayat boyunca sürüp giden ihtiyaçların hepsi fizyolojik faktörlerin etkisiyle meydana gelmezler. İnsan toplumun bir parçasıdır. Bu nedenle, toplumsal faktörlerin etkisi altında da birçok ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır.

Sinemaya, tiyatroya gitmek, traş olmak, kravat takmak, kitap okumak, araba kullanmak, müzik dinlemek vb. gibi ihtiyaçlar, toplumların uygarlık seviyeleri yükseldikçe, ekonomik, kültürel, teknolojik bakımdan ilerleme sağlandıkça ortaya çıkarlar ve artıp gelişerek ve çeşitlenerek devam ederler. Bu ihtiyaçlara da ikincil ihtiyaçlar denir.



2.3. MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ

Motivasyon teorileri arasında en çok tanınanı Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi yaklaşımıdır.

Bu yaklaşım temelde 2 varsayıma dayanır.

- **Birincisi, kişinin gösterdiği her davranışın, kişinin sahip olduğu ihtiyaçları karşılamaya yönelik olduğudur. İnsan ihtiyaçlarını gidermek için belirli şekillerde davranır. Bu nedenle, ihtiyaçlar, davranışa yön veren önemli bir etkidir.**
- **İkincisi ise; ihtiyaçların sırasına ilişkindir. Buna göre; kişinin ihtiyaçları belirli bir sıraya (hiyerarşiye) sahiptir. Alt kademelerdeki ihtiyaçlar giderilmeden, üst kademedeki ihtiyaçlar kişiyi herhangi bir davranışta bulunmaya sevkmez.**



2.3. MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ

İhtiyaçların kişiyi herhangi bir davranışta bulunmaya sevk etme özelliği bunların karşılanma derecelerine bağlıdır. Karşılanan ihtiyaçlar davranış nedeni olmaktan çıkarlar ve bunlardan daha üst seviyede bulunan ihtiyaçlar insanların davranışlarına tesir etmeye başlarlar.

Bu yaklaşımın işletme yöneticisi bakımından anlamı şudur:

Yönetici, personelinin hangi ihtiyacını karşılamak istediğini anlayabilirse, o ihtiyaçlarını karşılama ortamı yaratarak onların belirli şekilde davranışta bulunmalarını sağlayabilir.

Bu yaklaşıma göre kişinin ihtiyaçları 5 ana grupta toplanmaktadır. İlk grupta en alt düzeydeki ilkel ihtiyaçlar bulunur. Beşinci grupta ise en yüksek düzeydeki ihtiyaçlar bulunmaktadır.



2.3. MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ





2.3.1. FİZYOLOJİK İHTİYAÇLAR

Hayatın sürdürülmesi için fizyolojik ihtiyaçların karşılanması gereklidir. Yemek, su, uyku, dengeli beslenme, ısı, giyinme, barınma vb. ihtiyaçlar bu gruptadır. Kişinin bunalımı durumunda bunlar diğer ihtiyaçlara göre öncelik kazanırlar.

Bütün fizyolojik ihtiyaçlar belirli bazı ortak özelliklere sahiptir. Bunlar:

1. Kısmen birbirinden bağımsızdırlar.
2. Genellikle vücudun belli bir yeri ile izah edilirler (Örneğin; susamışlık hali ağız ve boğaz ile gösterilebilir.).
3. Refah içindeki toplumlarda bu çeşitli ihtiyaçlar doğal değildir.
4. Tatmin olmuş şekilde kalabilmesi için kısa aralıklarla, sık sık karşılanması gerekir (bir insanın oksijen ihtiyacının en azından dakikada 12 defa karşılanması gerekir.).
5. Gelecekteki ihtiyaçlarının karşılanması için bunlardan bir kısmının bilerek ayrılması gerekir.



2.3.2. GÜVENLİK İHTİYACI

Fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra daha yüksek ihtiyaçlar ortaya çıkarak kişiyi rahatsız etmeye başlar.

Güvenlik ihtiyacı; tehlikeye, tehdide veya yokluğa karşı korunma ihtiyacıdır.

İnsanlar fiziki güvenliğinin temin edilmesini arzu ettiği kadar sosyo-ekonomik güvenliğini de temin etmek isterler.

Fizyolojik ihtiyaçlarda olduğu gibi güvenlik ihtiyaçlarının devamlılığı sonsuz değildir. Karşılanınca sona erebilirler. Fakat bu ihtiyaçların fazlasıyla karşılanması kişiye zarar verebilir. Fazla güven duymanın zararlı tarafı da, insanın bu güveni temin edene aşırı şekilde bağlanmasıdır. İnsan birine bağımlı olursa, kendi kendine değer verme ve yaratma yüksek ihtiyaçlar kademesine ulaşamayacak ölçüde kişiliğinden kaybedebilir.



2.3.3. AİT OLMA VE SEVGİ İHTİYACI

Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarının belirli oranda karşılanmasından sonra sosyal ihtiyaçlar olarak tabir edilen ait olma ve sevgi ihtiyaçları da insanların davranışlarına yön veren faktör durumuna gelirler. Ait olma, sevme, sevilme, aşk gibi ihtiyaçlar bu grupta yer alırlar.

İnsan mensup olduğu grupta belirli bir seviyenin ihtiyacını duyar ve bu düzeye erişebilmek için gayret gösterir. Böyle bir yere erişebilmek, o kimse için en önemli hadisedir.

Yöneticiler genellikle bu ihtiyaçları bilmeyerek, hatalı bir tutuma girerler, bu ihtiyaçların ve bunlar sonucunda ortaya çıkacak resmi olmayan organizasyonları, resmi organizasyonlarına ters düşecek bir tehdit gibi görürler.



2.3.3. AİT OLMA VE SEVGİ İHTİYACI

Bazı yöneticiler, resmi olmayan grupların kendilerine karşı olabilmelerinden korktuklarından, personelin kendi aralarında tabi olarak gruplaşmalarını bozacak şekilde onların ilişkilerine yön vermeye ve onları kontrol altında tutmaya çalışırlar.

Böyle bir durumda personel direnme, karşı koyma ve işbirliği yapmama şeklinde tepki gösterir.

İşte bu tepki, yöneticilerin tutumunun nedeni değil, sonucudur.



2.3.4. SAYGI GÖRME İHTİYACI

Toplum içinde kişiler, hem kendileri hem de başkaları tarafından kendi kişiliklerine karşı devamlı şekilde değer verilmesini ve saygı gösterilmesini isterler. Maslow bu dördüncü ihtiyaca «**saygı ve statü**» ihtiyacı demektedir.

Maslow'a göre insanlar bir defa çevresi tarafından hoş görülerek sevildiler mi, artık yeni sosyal ilişkiyle ilgili olarak, bir başka ihtiyaç duymaya başlarlar. Bu tür ihtiyaca Maslow «saygı ihtiyacı» adını vermektedir.

Kendine saygı gösterme ve kendi kendini takdir etme ihtiyacı insanı kendinden emin, güçlü, yeterli ve faydalı bir kişi olduğu kanaatine ulaştırır.

Başkasının takdirine bağlı olanlar ise, statü, takdir edilme, saygı görme, değer verilme şeklindeki ihtiyaçlardır.



2.3.5. KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRME İHTİYACI

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı, bundan önceki her türlü ihtiyaçlarının tatmin olduğu, mutluluğunu görmüŐ olan kişiler için ortaya çıkar.

Kendini gerçekleştirme veya bir başka ifadeyle kiŐisel bütünlük ile ilgili ihtiyaçlar, insanın kendi potansiyelini görebilmesi, kendi kendine yeterli olması, devamlı olarak kendisini geliŐtirmesi ve yaratıcı olabilmesi gibi konuları kavrar.

Hatta alt seviyedeki bütün ihtiyaçları karŐılanmıŐ olsa bile, insan kendisine uygun düŐen, kendi seviyesine göre iŐleri yapmıyorsa huzursuz olur. Her insan kendi seviyesinde olan iŐleri aramalıdır.



3. İŞLETME

İşletme, insan ihtiyaçlarını karşılamak için kurulan, işleyen veya işletilen iktisadi birime denir.

- **İktisadi birimin sürekli veya süreksiz oluşu,**
- **Kendisine ve başkasına mal ve hizmet üretmesi,**
- **Sahibinin tek veya çok olması,**
- **Liberal sosyalist veya karma ekonomik düzende işlemesi,**
- **Sahibinin kişi, özel sektör veya devlet sektörü oluşu,**

İktisadi birimin işletme sayılması için herhangi bir engel teşkil etmez.

Esas olan, bu iktisadi birimin fayda yaratması, yani insan ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin üretimiyle uğraşmasıdır.



3. İŞLETME

İşletmenin 2 temel özelliği vardır:

- 1. İktisadi mal ve hizmetlerin üretimini gerçekleştirmek için işletmekte oluşu**
- 2. İktisadi mal ve hizmetlerin üretiminin gerçekleştirilmesi için gerekli teknik ve üretim faktörlerinin uygun ortamda bir araya getirilmiş olması**



5. MÜTEŞEBBİS (GİRİŞİMCİ)

Müteşebbis; üretim faktörleri arasında yer alan ve iktisadi mal ve hizmetlerin üretimini gerçekleştirebilmek için bu üretim faktörlerini bir araya getiren, birleştiren kişidir.

Müteşebbis, bunları kar amacı ile yapar. Kar olduğu yerde zarar da olduğu için riski göze alır. Böylece başkalarının ihtiyacını karşılamaya çalışır.

Buna göre müteşebbisin 2 temel fonksiyonu vardır:

1. Riski üstüne almak
2. Mal ve hizmet üretmek için üretim faktörlerini temin etmek ve bunları belli bir ihtiyacı karşılamak için yönetmektir.



6. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik, girişimcinin gerçekleştirdiği eylemin adıdır. Girişimcilik, işe , yaşama değer katma, yargı, umut ve beklentilerle diğer insanlar arasında öznel bir fark oluşturmaktır.

Stratejik rekabet açısından geleceği yaratmak için harekete geçen, kaynak ve becerileri inşa ederek, değer yaratan bir eylemdir.

Girişimcilik, girişimcinin kişiliğini, itibarını, sosyal statüsünü, parasını riske atarak gerçekleştirdiği bir eylemdir.



7. YÖNETİCİ

Yönetici de müteşebbis gibi üretim faktörlerini uygun ortamda bir araya getirerek onları başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere iktisadi mal ve hizmet üretimine yönelten kişidir.

Ancak yönetici risk almaz, kendi adına çalışmaz. Profesyonel olarak bir ücret karşılığında başkası adına çalışır.

Her ne kadar kara ve zarara ortak değilse de işletme kar elde ettiğinde bu kendisinin başarısı, zarar ettiğinde de başarısızlık hanesine yazılacağı için müteşebbis kadar olmasa da yönetici de kar ve zarardan etkilenir.



8. ÜRETİM FAKTÖRLERİ

Üretim faktörleri, mal ve hizmetin üretilmesi için bir araya getirilen ve üretilecek mal ve hizmetin bünyesinde farklı oranlarda yer alan tabiat, sermaye, emek, müteşebbis vb. faktörlerdir.



8.1. TABİAT

Üretimin yapılabilmesi için tabiatta var olan çok değişik maddelerdir.

Üretim faaliyetlerinde kullanılan hammaddeler, mal ve hizmetleri meydana getiren faktörler tabiat faktörünü oluşturur.



8.2. SERMAYE

Sermaye; önceden üretilmiş olan ve üretimde kullanılarak üretilen mal veya hizmetin bünyesinde yıpranma payı olarak yer alan alet, edavat, teçhizat, makine vb. varlıklardır.



8.3. EMEK

Üretim faktörlerinin üçüncüsü ve en önemlisi emektir.

Emek, insanların ihtiyaçlarını karşılayacak iktisadi mal ve hizmetlerin üretiminde bir kısım insanın ücret karşılığında emeğiyle birlikte yer almasıdır.



8.4. MÜTEŞEBBİS (GİRİŞİMCİ)

Üretimin üçüncü faktörü olan emek, fiziki ve bedeni emek iken; bu dördüncü faktör olan emek ise bedeni ve fiziki değil, manevi ve fikri emektir. Bu emeğe müteşebbis denir.

Müteşebbis faktörü, emek faktöründen ayrı olarak risk yüklenir, kar amacıyla faaliyette bulunur.

Aynı zamanda zarara da muhatap olabilir. Bedenen çalışmaz. Fikir çalışması ağır basar. Diğer üretim faktörlerini temin eder, uygun ortamda bir araya getirir, onları yönetir, teşvik ve organize eder ve böylece iktisadi mal veya hizmeti üreterek bunların satışından kar elde etmeye çalışır.



8.5. YÖNETİM VE İNSAN İLİŞKİLERİ

Beşinci faktör üretimin devamlılığını sağlayan, üretim faaliyetlerinde meydana gelecek anlaşmazlıkları, uyuşmazlıkları önleyen ve onların sürekli bir faaliyet haline gelmesini temin eden faktördür.

The image features a dynamic, multi-colored smoke or ink background. The colors transition from blue on the left, through purple, pink, red, orange, yellow, and green to dark green on the right. The smoke is wispy and ethereal, creating a sense of movement and depth. In the center, the word "TEŞEKKÜRLER" is written in a bold, white, sans-serif font. The text is slightly shadowed, making it stand out against the vibrant background.

TEŞEKKÜRLER