**İŞLETME KAVRAMI**

İşletme, “toplumdaki bireylerin ihtiyaçlarını kâr sağlama amacıyla karşılamak için, düzenli olarak ürün ya da hizmetin üretim ya da dağıtımını gerçekleştiren ekonomik bir etkinlik”tir. Küresel ekonomi, farklı alanlarda faaliyet gösteren değişik büyüklüklerde milyonlarca işletmenin etkisi altındadır. Her gün çok sayıda yeni işletme kurulmaktadır. Bu işletmelerin bazılarının mülkiyeti özel sektöre, bazılarınınki ise kamuya aittir. Bu işletmelerin bazıları ürün, bazıları hizmet sunarken bazıları ise ürün ve hizmeti birlikte sunmaktadır.

**İŞLETMELERİN FAALİYET ALANLARI**

İşletmelerin faaliyet alanlarını genel olarak üç gruba ayırabiliriz:

1. Endüstri olarak adlandırılan ürünlerin üretimi ile ilgili faaliyetler.

2. Ticaret olarak adlandırılan ürün ve hizmetlerin değişimi ve dağıtımı ile ilgili faaliyetler.

3. Hizmet olarak adlandırılan soyut ürünlerin üretimi ve pazarlanması ile ilgili faaliyetler. Örneğin bankacılık, ulaştırma, haberleşme, eğitim gibi faaliyetler hizmet sektörüne ait faaliyetlerdir. Uluslararası bir marka değerlendirme kuruluşu olan Brand Finance’ın incelemesine göre bu yıl Türkiye’deki en değerli markalar içinde ilk beş marka, Türk Hava Yolları, Ziraat Bankası, Garanti Bankası, Turk Telekom ve Turkcell olmuş[[1]](#footnote-1).

**ORGANİZASYON ŞEMASI**

Organizasyon şeması, esas olarak bir organizasyonda işler arasındaki ilişkileri belirler.

**Organizasyon şemasının gösterdikleri:**

-İşlerin ana çizgileriyle nasıl gruplandığı

-Genel olarak pozisyonlar (görev, iş, sorumluluk) ve ünvanları

-Pozisyonlar arasındaki ilişkiler ve kimin kime bağlı olduğu

-Çeşitli pozisyonların organizasyon içindeki önemi

Organizasyon şemaları her pozisyonun sahip oluğu yetki düzeyini, işlerin tanımını göstermez. Bu ayrıntılara ulaşmak için organizasyona el kitabına bakmak gerekir.

**YÖNETİM KADEMELERİ**

Tepe ya da Üst Düzey Yönetim

* En fazla yetki ve güce sahip kademe
* Stratejik kararlar, işletmenin amaçlarını politika ve stratejilerini belirlerler.
* Yönetim kurulu başkan ve üyeleri, genel müdür ve yardımcıları

Orta Düzey Yönetim

* Farklı departmanlardaki işlerin koordinasyonu
* Tepe yönetim ile alt yönetim arasında köprü
* Bölüm başkanları/müdürleri, bölüm şefleri, genel sekreter

Alt Düzey Yönetim

* İşleri gerçekleştirme, yürütme
* Gözetmen, ustabaşı, alt bölüm şefleri, amirler

**YÖNETİMCİ - GİRİŞİMCİ AYRIMI**

* Girişimci, riski üstüne alarak başkalarının gereksinimlerini karşılamak amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir. Oluşan kâr ya da zarar girişimciye aittir.
* Yönetici, yöneticilik işini kazanç sağlamak amacıyla yapan, yöneticilik alanında ustalaşmış ve uzmanlaşmış kimse anlamına gelmektedir. Kârı ve riski başkalarına ait olmak üzere mal veya hizmet üretmek için üretim faktörlerinin alımını yapan veya yaptıran, bunları belli gereksinimleri karşılamak amacına yönelten, işletmeyi girişimci adına çalıştırma sorumluluğu olan kimsedir.
* Yönetici, oluşan kâr veya zararın sahibi değildir. Yönetici, emeğinin karşılığı olarak ücret, prim ve/veya kârdan pay alarak işletmeyi belirlenen amaçlara ulaştırır.

**YÖNETİMİN FONKSİYONLARI**

* **PLANLAMA:** Geleceğe yönelik gelişmelerin tahmin edilmesi, işletme amaçlarının ve bu amaçlara nasıl ulaşılacağının belirlenmesi[[2]](#footnote-2)
* **ÖRGÜTLEME:** İşletme yapısının (örgütsel yapının) oluşturulması, işlerin ve çalışanların belirlenmesi, amaçlara ulaşmayı sağlayacak ortamın oluşturulması
* **YÖNELTME:** Örgütü oluşturan insanları amaçlara ulaşma yolunda isteklendirme, yönlendirme ve harekete geçirme
* **KOORDİNASYON** (eşgüdüm): Çalışmayı kolaylaştırmak ve başarıyı sağlamak için bütün faaliyetlerin ve çalışanların uyumlaştırılması
* **DENETİM:** Amaçlara ulaşılıp ulaşılmadığı veya ne ölçüde ulaşıldığının belirlenip düzeltici tedbirlerin alınması

Aslında işletmenin üretim, pazarlama, finans, insan kaynakları gibi bölümlerine ait faaliyetlerin hepsi birer yönetim konusudurlar. Dolayısıyla, yönetim fonksiyonları ile diğer işletme fonksiyonları arasında yakın ilişkiler bulunmaktadır.

1. Marka değeri hesaplanırken dikkate alınan özellikler:

	* Markanın fiziksel özellikleri ve nitelikleri
	* Marka farkındalığı
	* Marka imajı
	* Markaya bağımlılık / marka sadakati
	* Marka iletişimindeki tutarlılık
	* Marka duyarlılığı (satış sırasında markanın önemiyle ilgili fiyat, ambalaj, boyutu, biçimi)
	* Ürün kalitesi
	* Pazar payı ve sıralamada markanın istikrarı
	* Dağıtım, fiyatlandırma ve ürünün yeniliği [↑](#footnote-ref-1)
2. Aslında bu fonksiyonlarla ilgili yazan ilk kişi olan mühendis Fayol, bu fonksiyonu öngörü olarak tanımlamıştı. [↑](#footnote-ref-2)