İş Ahlakı Dergisi
Turkish Journal *of* Business Ethics

İşletmeler, İşletmecilik ve Ekonomik ve Toplumsal Hayat

Okan Yayla

Öz: İşletmeler zamanımızda ekonomik hayatın bir gerçeğidir. Artan insanlık nüfusu ve her malın kitlesel üretimi işletmelerin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. İşletmelerin kendilerinden beklenen başarılı faaliyetleri yürütmesi işletmelerin etkin çalışmasına bağlıdır. İşletmeler üretken ve verimli bir şekilde çalıştıkça hem kendileri gelişecek, büyüyecek hem de toplumun refah seviyesi yükselecektir. Üretkenlik ve verimliliğin artması için işletmelerin yapması gereken şeyler vardır. Kaynak kullanımının azaltılması, işletme üretim ve idare süreçlerinde lüzumsuz veya birbirini tekrarlayan basamakların azaltılması veya tamamen ortadan kaldırılması, makine ve yazılım yatırımlarının güncellenmesi, çalışanların iç eğitim süreçleriyle gelişmesinin sağlanması bunların başlıcalarıdır. İşletmelerde üretkenlik ve verimliğin artırılması açısından kamu kurumlarının ve otoritelerinin yapabileceği şeyler de vardır. Vergi oranlarının keyfi şekilde artırılmaması, vergi mevzuatının basitliği, işletme kurma ve işletme tasfiye etmenin kolaylaştırılması bunlar arasında en başta gelenler olarak sayılabilir. İşletmelerin gelişmesi ülkenin ekonomik bakımdan gelişmesi anlamına gelecektir. Bu yüzden işletmelerin gelişmesi her ülke ve her insan için önemlidir.

Anahtar Kelimeler: İşletme, Ekonomik Refah, Etkinlik, Üretkenlik, Verimlilik

Abstract: Companies are the reality of economic life in the world we are living. Today companies operating in the national or international arena play vital roles in the presence of human beings and increasing welfare level of humanity. In this context the concepts of productivity and fertility are important. By observing productivity and fertility in their activities companies themselves can develop and contribute to the rises in the welfare level of society. Therefore things which can be done by companies to increase productivity and fertility can be counted as below: The reduction in inputs in production, the elimination of unnecessary or repeated works in production process or management of the company, the investment in new equipment or software, the retraining of company workers. There are also things public authotities can do to increase productivity and fertility of companies. Not to increase taxation rates arbitrarily, the simpleness and openness of taxation regulations, the easiness in establishing and dissolving of companies can be put on the top of the list. The improvemnent of companies will devolep the economy of the country. Therefore the development of companies is important for every country and each individual.

Keywords: Company, Economic Welfare, Effectiveness, Productivity, Fertility

Dr., Bağımsız Araştırmacı, serafettinokanyayla@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-8482-1575

Yayla, O. (2026). İşletmeler, İşletmecilik ve Ekonomik ve Toplumsal Hayat. İş Ahlakı Dergisi, 19(2), ss. 56–84.

Araştırma Makalesi

© İGİAD
DOI: 10.12711/tjbe/m794
Turkish Journal of Business Ethics, 2026
isahlakidergisi.com

Başvuru: 01.04.2026
Kabul: 04.06.2026
Erken Baskı: 05.10.2026

Giriş

Bu yazı; işletmeler, işletmelerin özellikleri, fonksiyonları, işletme türleri, işletme yönetimi, işletmelerde etkinlik, üretkenlik ve verimlilik ve işletmelerin toplumsal refaha katkıları konuları üzerinde odaklanmaktadır.

Çalışmada ilk olarak işletme kavramı çeşitli yönleriyle ele alınacaktır. İşletmelerin tanımlarına bakılacak ve özellikleri belirtilecektir. İşletmelerin toplumsal hayat için neden önemli olduğuna değinilecektir. Daha sonraki konumuz iş bölümüdür. İş bölümünün toplumlara etkisi ve üretkenliğe nasıl katkıda bulunduğu çeşitli yazarlardan yararlanılarak anlatılacaktır.

Yazının meşgul olacağı bir diğer konu işletme türleridir. Bu çerçevede işletmelerin değişik ölçütlere göre sınıflandırılabileceğine dikkat çekilecek ve ilgili literatürde yer alan bazı işletme sınıflandırmaları ele alınacaktır. Daha sonra yönetim teorilerinden söz edilecek ve bunların ışığı altında işletmelerde yönetme kavramı üzerinde durulacaktır. Yönetmenin işletmeler açısından niçin ve nasıl hayati bir öneme sahip olduğu dile getirilecektir. İşletmelerde etkililik, üretkenlik ve verimliliğin ne anlama geldiği ele alınacak ve niçin önemli oldukları açıklanacaktır. Son olarak işletmelerde etkinliği, üretimi ve verimliliği ölçmenin ve geliştirmenin yolları üzerinde durulacaktır.

İşletme Nedir?

İşletmeler hem iktisat ilminin hem de işletme disiplininin temel konularındandır. İşletmeler iktisatta, özellikle mikro iktisat dalı tarafından, ana ekonomik aktörlerden biri olarak kabul edilir. Mikro iktisat bir ekonomik aktör olarak işletmelerin ekonomik davranışlarını ve bunların sonuçlarını inceler (Mankiw, 2010).

Bir tanımda işletmenin, "geçim kaynağı olarak yapılan ticaret veya ticari bir faaliyet" ve "belirli bir çaba alanı" anlamına geldiği söylenmektedir. İktisadi bağlamda, işletmeler, kâr elde etmek amacıyla mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ile meşgul olan kuruluşlar olarak tanımlanır (Aktepe, 2016). İşletme kavramı tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak, bunu genellikle sürekli olarak yapmak ve bu faaliyetlerden masrafları aşan, yani kâr etme imkanı veren bir gelir elde etmek için tasarlanmış olan araştırma ve geliştirme, üretim, pazarlama ve satış yapmak dahil bir dizi faaliyeti içerir.

İşletmenin kâr elde etme amacıyla kurulduğu yolunda bir kanaat vardır. Ancak, kâr elde etme hedefi daha çok özel sektör için geçerlidir. Kâr bazı kamu

şirketlerinde ve gönüllü kuruluşlarda birinci ölçüt olmaktan çıkartılabilir. Örneğin TCDD gibi kamu kuruluşları, LÖSEV gibi belli hastalıklarla mücadele etmek için kurulmuş gönüllü kuruluşlar veya çok tutulan ve sevilen spor kulüpleri de bir anlamda işletme olarak görülebilir, ama bunların temel amacı özel kuruluşlar gibi kâr elde etmek değildir (Akın, 2010b). İşletmelerin çoğu, kuşkusuz, özel sektör kuruluşlarıdır.

İşletmenin Önemi

İşletmeler toplumların ekonomik bakımdan büyümesine ve kalkınmasına büyük katkılarda bulunur. Gerçekten, dünyanın en tanınmış uluslararası işletmeleri aynı zamanda bilhassa bulundukları ülkeler için büyük bir zenginlik kaynağı olmaktadır (Sowell, 2015). Dünya GSYİH sıralamalarında en tepede yer alan ülkelerin aynı zamanda tüm dünyada veya dünyanın birçok yerinde elemanları çalışan veya ürünleri bütün dünyada aranan, tercih edilen, satın alınan ve kullanılan işletmelere sahip olduğu da görülmektedir.

İşletme, kâr elde etmek amacıyla ticari, endüstriyel veya profesyonel faaliyetlerde bulunan bir varlık olarak tanımlanır (Seyidoğlu, 1999). İşletmeler değişik büyüklüklerde ortaya çıkabilir. Sadece tek kişilik bir işletme, aile üyelerinin istihdam edildiği küçük bir aile şirketi, bir şehir çapında iş yapan bir şirket, tüm ülkeye yayılan bir işletme ve hatta sınırlar ötesinde faaliyet gösteren bir uluslararası şirket de olabilir.

İşletme kavramı ile ilişkili önemli bir kavram işletme yönetimidir. İşletmenin sorunsuz çalışmasını sağlamak için insanları, finansmanı, kaynakları ve operasyonları, muhasebe sistemlerini finans sitemini yönetmek işletme yönetimi kapsamındadır (Koçel, 2020). En basit ve temel şekilde tanımlamak gerekirse işletme yönetiminin; "bir işletmeyi, bir girişimi, yönetme eylemi, idare etme süreci" olduğu söylenebilir.

İşletme yönetimi stratejik planlama, finansal yönetim, insan kaynakları yönetimi, pazarlama yönetimi ve operasyon yönetimi de dahil olmak üzere çok çeşitli faaliyetleri kapsar (Koçel, 2020). İşletme ekonomisinin temelleri, insanların, temel ihtiyaçlarını karşılamak için basit ticari faaliyetlerde bulunduğu ilk çağlara kadar uzanmaktadır. İşletmeler insanların organize şekilde hareket etmesini mümkün kılmış, tarım ve ticaretin gelişmesine, ticaretin ve ilk pazar alanlarının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Osterfeld, 1992).

İşletmelerin bir diğer özelliği insanlar arasında ekonomik iş bölümünü ve uzmanlığı teşvik etmesi ve geliştirmesidir. Bu noktaya, iktisadi konular ve işletmeler hakkında kalıcı eserler kaleme alan birçok yazar işaret etmiştir. Bunlar arasında en başta gelenlerden biri hiç kuşkusuz Adam Smith olmuştur.

Smith 1776'da yayımlanan ve kısa adı *Milletlerin Zenginliği* olan klasikleşmiş kitabında bir toplu iğne fabrikası örneği üzerinden iş bölümü ve uzmanlaşmanın üretime katkısını anlatır. İş bölümü sayesinde toplam iğne üretimi bin kat artarak 42 bin adete ulaşmaktadır. Bunun, zenginliğin toplu iğne miktarıyla ölçüldüğü bir toplumda çok büyük bir zenginleşme anlamına geleceği açık bir gerçektir. Kuşku yok ki bu artan zenginlik toplumda ticareti de teşvik edecektir (Skousen, 2017).

Yirminci yüzyılın başına kadar olan süreçte, özellikle Endüstri Devrimi ve onun sayesinde ortaya çıkan gelişmeler, işletme ve işletme yönetimi tarihinde önemli bir dönüm noktası teşkil etti. Sanayi Devrimi, yeni teknolojilerin gelişmesine, üretimin artmasına ve büyük ölçekli imalat işletmelerinin yükselişine yol verdi. Sanayileşmenin ortaya çıkışı aynı zamanda iş bölümü, bilimsel yönetim ve yeni finansal araçların geliştirilmesi gibi modern iş uygulamalarının ortaya çıkmasını da sağlamış oldu (Aktepe, 2016).

Ekonomik büyümeyi, istihdamı ve yeniliği ön planda tutarak günümüz dünyasını şekillendirmede işletmeler çok temel bir rol oynamaktadır. İşletmeler tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama faaliyeti kapsamında, mal ve hizmetler üretirler. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri için kaynak oluştururlar. İşletmeler, faaliyetlerinin eksiksiz ve kusursuz yürümesi için, bireylerin ve toplulukların hayatlarını sürdürmek ve kolaylaştırmak için gerekli olan altyapı, eğitim ve sağlık hizmetlerinin geliştirilmesine ya doğrudan yatırımcı ya da işveren olarak vergi mükellefi kimliğiyle katkıda bulunurlar. Büyük şirketler hemen her ülkedeki en önemli vergi mükellefleri arasında yer alırlar. Hem kurumlar vergisi öder hem de istihdam ettikleri insanların vergilerini karşılarlar. Böylece devletlerin vergi gelirlerinin vazgeçilmez ve yeri doldurulamaz katkı sağlayıcıları olurlar.

İşletmelerin faaliyet şekli ilk çağlarda ve Sanayi Devrimi'nin başlangıç döneminde daha basit ve temel fonksiyonları belli olan yapılardan günümüzdeki çok uluslu ve daha karmaşık yapılara dönüştü. Yeni teknolojilerin gelişmesi, iletişim ve ulaşım imkanlarının artması ve çeşitlenmesi, işletmelerin faaliyet şekillerini değiştirerek sadece kendi ülkelerindeki pazarlara değil dünyanın her yerindeki kişilere ve topluluklara ulaşmalarını sağladı.

Günümüzde işletmeler, rekabetçi sektörler ve iş kollarında faaliyet göstermekte olup, rekabetçi ve kârlı olabilmek için sürekli olarak tüketici tercihlerindeki ve eğilimlerindeki değişiklikleri ve teknolojik yenilikleri takip etmek ve onlara uyum sağlamak zorundadır. Buna ek olarak, uzun vadeli başarı sağlamak amacıyla, karmaşık yasa ve düzenlemelere intibak etmeleri, riskleri yönetmeleri, sürdürülebilir iş uygulamaları ortaya çıkarmaları gerekmektedir.

İşletmelerin birinci hedefi kâr elde etmek, iç ve dış çevresi de dahil olmak üzere işletme ile ilgili olan tüm paydaşlar için bir değer yaratmaktır. Kâr elde etme amacının yanında, günümüz işletmelerinin sosyal ve çevresel hedefleri de vardır. Bu yüzden büyük işletmelerin çeşitli özgül problemlerle meşgul olmak üzere kurdukları ve genellikle vakıf şeklinde yapılanmış uzantıları mevcuttur. Bu en azından bazı işletmeler için bir zaruret olarak boy göstermiştir. Bu çerçevedeki faaliyetler bazen "sosyal girişimcilik" olarak da adlandırılmaktadır. Sosyal girişimcilikte hedef olağan girişimcilikte olduğu gibi kâr elde etmekten ziyade sosyal amaçlara hizmet etmektir.

Bununla beraber kâr amacı gütmeyen gönüllü kuruluşların bile, başarılı olmak için, etkin kaynak kullanmaları ve belki de işletmeler kadar iyi idare edilmeleri gerekir. Bu kuruluşlar da insan çalıştırmakta, çalışanlarına maaş ödemekte, piyasadan mal ve hizmet satın almaktadır. Onlar da piyasa ilişkilerinin bir parçasıdır. Bu nedenle genellikle işletme biliminin konusu olan bazı hususlar onların da takip etmesi ve uyması gereken noktalar olarak öne çıkmaktadır (Akın, 2010b).

İşletmelerin Fonksiyonları

İşletmelerin belli işlevleri veya fonksiyonları vardır. Her işletme, bilinçli şekilde veya bilinçsizce de olsa, bu fonksiyonları ifa etmeye gayret eder. Bu işlevler şu beş alana ayrılmaktadır: Üretim ve pazarlama, finans, operasyonlar, insan kaynakları ve stratejik planlama.

Üretim ve Pazarlama

Üretim ve pazarlama işlevi müşteri ihtiyaçlarını belirlemeye ve bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak işletmeyi yönlendirme faaliyetlerini içerir. Her firma daha çok bir veya birkaç mal ve/veya hizmetin üretimiyle meşguldür. Bu mallar ve hizmetler tüketiciler tarafından istenmeli ve aranmalıdır. Bu niteliğe sahip olmayan mal ve hizmetlerin üretilmesi gereksizdir. İstenilmeyen mal ve hizmetlerin üretimine yönelik faaliyetler sadece kaynak israf etme sonucunu verir. Hiçbir firma da aranmayan ve tüketilmeyen mal ve/veya hizmet üretmeye yönelmez.

Ancak, malların yalnızca üretilmesi yetmez. Malların nihai tüketiciye ulaştırılması da gerekir (Mises, 1990). Bu, pazarlama ile yapılabilir. İşletmeler bazı durumlarda pazarlama işini de bizzat kendileri üstlenebilir. Bazen de pazarlama işi nihai tüketiciye ulaşacak pazarlama firmalarına toptan veya parça parça verilir. Pazarlamanın başarılı olması ve süreklilik taşıması da işletmelerin başarılı olması için vazgeçilmez bir ögedir. Başarısız pazarlama işletmeye gelir akışını engeller. İşletme bir süre sonra faaliyet yürütemez hale gelebilir. Bu yüzden, özellikle zamanımızda, pazarlama gitgide daha profesyonel bir iş niteliğini kazanmaktadır.

Finans

Finans işlevi, işletmelerin finansal ve insani kaynakları dahil olmak üzere bütçelerini, yatırımlarını ve bütün finansal işlemlerini yönetmesini ve toplu bir çerçevede görmesini içerir. Buna verilebilecek başka bir isim de maliyet, gelir, kâr hesabı olabilir. Her işletme her biriminde ve kademesinde insan çalıştırır. Bazı kademelerde ham madde alımı için kaynak harcanır. İşletmeler genellikle bugünü olduğu kadar geleceği de gözetir ve hesaplamaya çalışır. Çünkü gelişen bir ekonomik dünyada işletmeler mevcut hacimlerini korumak için bile büyüme mecburiyeti hisseder. Büyümemeleri, rakiplerin büyüdüğü bir ortamda küçülmeleri anlamına gelir.

İşletmenin büyümesi veya daha verimli çalışması için yeni yatırımlar yapılmalıdır. Bu, iş gücünün daha nitelikli hale gelmesi için eğitilmesi, mekanın yenilenmesi ve genişletilmesi, makinaların sayısının artırılması, daha ileri üretim teknikleri için makina ve teçhizat yenilenmesi gibi işlemleri gerektirir. Bütün bunların yapılabilmesi ise finansal hesaplamalara ve finans durumunun müsait olmasına bağlıdır. Bu yüzden finans operasyonları her işletmenin tam da kalbinde yer alır.

Operasyonlar

Operasyonlar genel anlamıyla mal ve hizmetlerin üretimini ve teslimatını yönetmeyi ihtiva eder. Her mal ve hizmet bir üretim sürecine sahiptir. Malların üretimi ekonomik girdilerin bileşim halinde kullanılmasına bağlıdır. Aynı zamanda her malın üretiminde bir zaman unsuru vardır. Hiçbir mal "ol" deyince olmaz. Her malın üretimi bir zaman alır. Üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi, ara veya nihai çıktılara dönüştürülmesi ve bütün bu işlerin uzmanlık bilgisine ve ehliyetine sahip insan gücü tarafından yapılması şarttır. Hizmet üretimi de insan gücü ve insan bilgisinin kullanılmasına bağlıdır. Uzmanlık bilgisine sahip insanlar hizmet üretimi yapabilir.

Üretilen malların toptan veya perakende olarak nakledilmesi ve naklin son hedefinin nihai tüketici olması gerekir. Malların tesliminin mallara sıfır veya sıfıra yakın zarar gelecek şekilde planlanması ve yine gerekli teçhizata ve bilgiye sahip uzman insanlar tarafından yapılması icap eder. Hizmetlerin de istendiği anda sunulabileceği operasyonların yapılması lazımdır.

Bütün bu işler işletmenin operasyonları adı altında yer alır. Operasyonlarda üretim ve teslimat süreçlerinde giderilemez, kalıcı ve işletmenin faaliyetlerini ciddi şekilde etkileyici aksamaların olmaması sağlanmaya çalışılır.

İnsan Kaynakları

İnsan kaynakları; işe alma, eğitim ve performans yönetimi de dahil olmak üzere iş gücünü firmanın hedefleri doğrultusunda istihdam etmeyi ve yönetmeyi içerir. Her işletme insan çalıştırmak zorundadır. Çalıştırılan insanların sayısı az veya çok olabilir, ancak, insan istihdamı çoğu zaman bir mecburiyettir. İşletmenin çeşitli faaliyet sahalarında çalışmaya yeterli niteliklere sahip insanların bulunması, uygun olanların seçilmesi ve işe alınması gerekir.

Aynı zamanda çoğu işletme kısa veya uzun, teorik veya pratik ağırlıklı olsa da kaçınılmaz olarak bir iç eğitim süreci işletir. Bu süreçte özellikle yeni çalışanlar hem işin nasıl yapıldığı hem de işletmedeki insanlar arasındaki ve insanlar ile işletme arasındaki ilişkilerin özellikleri hakkında bilgi edinirler. Eğitim bazı işletmelerde hemen her kademedeki insanlar için yapılır. Başka bir deyişle bir iç eğitim süreci devamlı işler. İşletmelerde bu bölüm doğru insanların bulunması ve çalıştırılması, çalışanların niteliklerinin geliştirilmesi açısından hayati öneme sahiptir (İnce, 2010).

Stratejik Planlama

Stratejik planlama, amaç ve hedeflerin belirlenmesini ve bunlara ulaşmak için planlar geliştirilmesini içerir. Geleceği gözeten her işletme stratejik planlama yapmak zorundadır. Bir taraftan her işletmeyi en etkin ve başarılı şekilde çalışmaya zorlayan rekabet diğer taraftan her işletmede doğal olarak boy gösterecek olan büyüme ve daha fazla iş yapma arzusu işletmeleri stratejik planlar yapmaya zorlar. Dünyada hiçbir işletmenin ve hatta hiçbir bireyin geleceği kesinlikle belli ve tam bir teminat altında değildir. Bugünün dev bir firması iyi bir stratejik planlama yapamaz ve plana uygun olarak ilerleyemezse yarının kayıp işletmesi olabilir.

İşletmecilik tarihi bunun örnekleriyle doludur. Mesela bir zamanların IBM, Kodak gibi dev işletmeleri artık çoktan bu niteliklerini kaybetmiştir. Bir zamanlar

alanlarında öncü görülen Ericsson ve Sony gibi firmalar da çok irtifa kaybı yaşamıştır. Bu yüzden, stratejik planlama genel olarak veya sektörel olarak iş hayatının nereye doğru gittiğini gözetlemeli, işletmenin ayakta kalması ve ilerlemesi için neler yapılması gerektiğiyle ilgili saptamalar yapmalı ve işletme üst yönetimini bu konularda bilgilendirmelidir.

İşletme Türleri

İşletme tasniflerinde belli ölçütler kullanılır. Üretim araçlarının mülkiyeti açısından bakınca karşımıza özel işletmeler, kamu işletmeleri ve karma işletmeler çıkar (Aktepe, 2016). Bunlar da bazı alt işletme türlerini içinde barındırır. Hukuki açıdan bakınca tek kişi işletmesi, ortaklıklar (şirketler), kooperatifler ve vakıf işletmelerini kapsayan özel işletmeler karşımıza çıkar. Bu çerçevede hukuki olarak kamu işletmeleri daha büyük bir çeşitlilik ihtiva eder. Kamu şirketleri genel bütçeye dahil işletmeler, katma bütçeli dairelere bağlı işletmeler, özel bütçeli devlet işletmeleri, mahalli idarelere ait işletmeler, kamu iktisadi teşebbüsleri ve karma işletmeler olarak boy gösterir (Aktepe, 2016). İşletmeler üretim şekillerine göre de tasnif edilebilir. Bu durumda mal üreten işletmeler ve hizmet üreten işletmeler ayrımı karşımıza gelir.

Bir başka tasnif şu dört ölçüte göre yapılmaktadır: Üretilen mal ve hizmet çeşidi, mülkiyet yapıları, hukuki yapıları ve büyüklükleri (Akın, 2010c). Üretilen mal ve hizmet çeşidine göre işletmeler; sanayi işletmeleri, ticaret işletmeleri ve hizmet işletmeleri olarak üç alt gruba ayrılırlar. Sanayi işletmeleri çeşitli ekonomik girdileri kullanarak onları farklı ve toplumda talep edilen mallara dönüştürürler. Ticaret işletmelerinde odak noktası, ticarettir; başka bir deyişle, satıştır. Ticaret işletmeleri daha ziyade başkaları tarafından üretilmiş malların ve hizmetlerin nihai tüketiciye ulaştırılmasıyla meşgul olurlar. Hizmet işletmeleri ise müşterilerin ihtiyaçlarına cevap olmak üzere çeşitli hizmetlerin üretilmesi ve tüketiciye sunulmasıyla meşgul olurlar. Bu hizmetler eğitimden müzik yapmaya kadar çeşitli alanlara yayılabilir.

Mülkiyet yapılarına göre işletmelerde belirleyici olan mülkiyetin özel veya kamu mülkiyeti olmasıdır. Bazı durumlarda mülkiyet kısmen özele, kısmen kamuya ait olabilir. Bu durumda mülkiyetin ağırlıklı kısmının kamu mu yoksa özel mi olduğuna bakmak gerekir. Mülkiyetin büyük kısmı kamuya aitse bir kamu işletmesi, büyük kısmı özel sektöre aitse bir özel mülkiyet işletmesi söz konusudur.

İşletmeler hukuki yapılarına göre de sınıflandırılabilir. Bu durumda işletmeler tek kişi işletmeleri veya şirketler biçiminde belirebilir. Tek kişi işletmesi tek kişi

tarafından işlerin sahiplenildiği ve yürütüldüğü, tüzel kişilik olmayan işletmelerdir. Şirketlerde (firmalarda) durum farklıdır. Her şirket birden fazla kişiyi bir araya getirir. Bu kişilerde ortak bir iktisadi amaç vardır. Kişiler bu amaca ulaşmaya yönelik olarak sahip oldukları emek, sermaye, bilgi gibi unsurları birleştirirler.

İşletmeler adi şirket ve ticari şirket olabilir. Ticari şirketler şahıs şirketleri ve sermaye şirketleri biçiminde var olabilir. Şahıs şirketleri kolektif şirket ve komandit şirket, sermaye şirketleri ise anonim şirket, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket ve limitet şirket biçiminde ortaya çıkabilir (Akın, 2010c).

İşletmeler ve Yönetim Teorileri

Bu alanda en önde gelen teorilerden biri, Frederick Taylor (1856-1915) tarafından geliştirilen ve verimliliği ve üretkenliği artırmak için emeğin bilimsel yönetimine odaklanan klasik yönetim teorisidir (Akın, 2010b). Taylor'ın temel hedefi iş dünyasında etkinliği ve verimliliği artırmaktır. Bunun için her işin hangi yolla yapılabileceğini belirlemek ve iş gücünü ona göre eğitmek gerekir. İş gücünün eğitilmesi özellikle önemlidir. Yeni gelen iş gücünün eğitimsizliği ve bilgisizliği Taylor'ın dikkatini çekmiştir (Lipczynski, 2011). Bu yüzden Taylor verimliliğin artırılması çabalarında iş gücünün eğitilmesini ilk sıralara koydu. Taylor'ın metotları hemen her iş kolunda verimliliği ciddi biçimde artırdı.

Diğer bir teori, yönetime uyan tek bir yaklaşım olmadığını, en etkili yönetim uygulamalarının her organizasyonun özel koşullarına bağlı olduğunu öne süren, durumsallık teorisidir. Bu teori bilhassa 1970'lerde yaygınlık kazandı. Buna göre her işletme bir bakıma kendi başına ayrı bir dünya ve ayrı bir bütün teşkil eder. İşletmeler arasında bazı benzerlikler olması bu durumu değiştirmez. Bu yüzden her işletmenin kendi ortamında ve kulvarında değerlendirilmesi gerekir. Her işletmeye ve her duruma uygulanabilecek, önceden belli bir strateji yoktur.

Kuruluşları birbirine bağlı parçalara sahip karmaşık sistemler olarak gören sistem teorisi de önemli bir bakıştır. Buna göre, işletmeler birer sistemdir. Her sistem gibi aralarında belli bağlar olan parçalardan oluşur. Parçalardan birinde meydana gelen bir yenilik veya değişim kaçınılmaz olarak diğer parçaları da etkiler. Bazı durumlarda parçaların oynadığı rollerin farkına varılamaz ve ancak sistemin işleyişi aksadığında bu rollerin farkına varılır. Bu yaklaşım işletmeyi bir bütün olarak ele alır ve onun parçaları arasındaki karşılıklı ilişkileri incelemeye çalışır (Aktaş ve İzci, 2018).

Bir başka yaklaşım paydaş teorisidir. Bu teoriye göre, işletmeler sadece şirket paydaşlarını dikkate alamaz. Tüm iç ve dış çevrede bulunan paydaşların ihtiyaç ve

çıkarlarını da dikkate alma sorumluluğu altındadır. Her firma, kendisinin küçük bir parçasını teşkil ettiği daha büyük bir evren içinde vardır ve faaliyetlerini bu evren içinde yürütür. Bu yüzden, firmayla doğrudan doğruya bağları olan çalışanlar, yatırımcılar, ortaklar gibi unsurların yanında firmayla dolaylı olarak veya uzaktan paydaş olanlar da vardır. İşletmelerin sosyal sorumlukları, çevreye karşı duyarlılıkları gibi şeyler de bu çerçevede görülür. Firmaların işleyişlerinde bütün bu paydaşları, onların beklentilerini, endişelerini ve bir ölçüde olsun taleplerini hesaba katmaları gerekir.

Bir başka yaklaşım konuyu "kurumsal yönetim" olarak adlandırmaktadır. Kurumsal yönetim dar anlamda "şirketin yönetim çerçevesinin, hissedarlarının ve diğer paydaşlarının beklentileri dikkate alınarak, sürdürülebilir değer yaratacak şekilde tasarlanması" olarak tanımlanmaktadır (Alp ve Küçük, 2014). Kurumsal yönetimi açıklayan teoriler ise vekalet teorisi, temsil teorisi, yönetsel egemenlik teorisi, miyop piyasa teorisi ve kaynak bağımlılığı teorisi olarak sayılmaktadır.

İşletmelerde Önemli Performans Ölçütleri

İşletme ve işletme yönetimi, sadece işletme biliminin değil, iktisat bilimi başta olmak üzere diğer disiplinlerin de önemli bir konusudur. Bu yüzden çeşitli açılardan ele alınarak değerlendirilebilirler.

İşletmeleri iyi bir şekilde yönetmek, gerekli teorik ve pratik bilgilerin sağlanmasını gerektirir. İşletme bilim dalında yapılan araştırmalar, finans, pazarlama, operasyonlar ve stratejik yönetim, işletme fonksiyonları gibi çok çeşitli konuları kapsarken, iktisat bilim dalında yapılan çalışmalar, genelde, bir piyasa ekonomisinde üretim, tüketim ve sınırlı kaynakların nasıl bölüşüleceği ile ilgilenir.

Sanayi Devrimi, öncelikle işletmelerin doğmasında ana etkenlerden biri oldu. Ortaya çıkan süreçte işletmelerin çalışma prensiplerini değiştiren inovasyonlar, yeni üretim yöntemlerinin ve iş uygulamalarının doğmasına yol açtı. Bunlar işletme yönetiminin gelişiminde bir dönüm noktası oldu.

İşletmeler ve işletme yönetimiyle ilgili diğer bir önemli konu, işletme bilim dalı ve iktisat bilim dalında, işletmelerin ve işletme yönetiminin başarısını ölçen performans göstergeleridir. Bunlar ikiye ayrılabilir. İlk gruba işletmelerin ve işletme yönetimi uygulamalarının başarısını ölçmek için kullanılan gelir, kâr ve yatırım getirisi gibi finansal ölçütler girer. İkinci grupta ise müşteri memnuniyeti, çalışan bağlılığı ve çevresel sürdürülebilirlik gibi mali olmayan ölçütler dahil olmak üzere çeşitli performans göstergeleri mevcuttur.

İlk grupta yer alan finansal ölçütler takip edilmeleri nispeten kolay ölçütlerdir. İşletmelerin elde ettiği toplam gelir izlenebilir ve kaydedilebilir. Aynı şekilde, işletmenin kâr elde edip etmediğini belirlemek de nispeten kolaydır. Her durumda toplam gelirlerin toplam giderleri aşması ortada bir kâr bulunduğunun işareti olarak okunabilir. Yatırım için harcanan kaynaklara ilişkin mali tablolar hazırlanabilir ve yatırımın kendi kendisini karşılama süresi de tespit edilebilir. Bu somut ölçeklere bakarak firmanın başarısı ölçülebilir.

İkinci grupta yer alan ölçütler ilk gruptakiler kadar somut değildir. Ölçülmeleri onların ölçülmesine nispetle daha zordur. Ancak, yine de onlarla ilgili tespitler yapılabilir.

Müşteri memnuniyeti her firma için çok önemlidir. Bu memnuniyet müşterilerde bir istikrar oluşturur ve bir tür müşteri sadakati adı verilen bir durum yaratır. Müşteriler aynı firmanın bir ürününü veya ürün yelpazesini istikrarlı biçimde takip eder. Apple firması bu bakımdan tipik bir örnek oluşturur. Apple kullanıcıları bilgisayar ve cep telefonu başta olmak üzere kullandıkları hemen hemen tüm ürünleri Apple firmasından seçerler ve alırlar. Bu onlar için neredeyse ihlal edilmesi düşünülemez bir ritüeldir.

Çalışan bağlılığı işletmenin çalışanlarında firmaya bir aidiyet duygusu ve algısı oluşturur. Bu durumda insanlar işletmede çalışmayı severler. Kendilerini işletmenin bir parçası olarak görür ve en azından bazı bakımlardan firma ile özdeşleştirirler. Bu sadece elde edilen gelirle ilgili bir durum değildir. Gelir de elbette bunu ortaya çıkartan faktörler arasında yer alabilir, ama geliri aşan boyutlar da vardır. İşletmenin toplumda belli alanlarda öncü bir rol oynadığı inancı, toplumda gördüğü saygı gibi unsurlar da bunda etkili olur.

Çevresel sürdürülebilirlik de işletmelerin başarı hanesinde pozitif veya negatif etki yapabilir. Firmaların sosyal sorumluluk çabaları ve bu istikamette gerçekleştirdiği faaliyetler de buna katkıda bulunur. Bu faktörler de işletmenin başarısını ölçme açısından kullanılır.

İşletmeler, mali hedeflerini sosyal ve çevresel sorumluluklarıyla dengelemeli ve bu hedeflere ulaşmadaki ilerlemelerini izlemek için performans göstergelerini kullanmalıdır. Sadece kâr elde etmek yetmez, sosyal ve kültürel misyonlar üstlenmeleri, işletmelerin değerini tüm paydaşlarının nezdinde daha yüksek kılmaktadır. Bu nedenle, işletmeler, özellikle büyük olanları, genellikle vakıflar kurarak çeşitli yardım ve hayır faaliyetlerinde bulunmaktadır.

İşletmelerin hayatı kolaylaştırmasının en önemli yollarından biri, konforu artıran mal ve hizmetler sunmaktır. Türkiye'de Trendyol ve Yemek Sepeti gibi girişimler, insanlara, günlük olarak ihtiyaç duyduğu, gıda, giyim ve ev eşyaları dahil olmak üzere, geniş bir ürün yelpazesi sunar. Bu işletmeler, müşteriler için zamandan ve emekten tasarruf sağlayan çevrim içi alışveriş kolaylığı sağlamaktadır. İş bölümünün ve işletmelerin var olmadığı bir dünyada, hayat çok daha zor ve meşakkatli olurdu.

On haneli bir köyde bile hane içi iş bölümünden haneler arası iş bölümüne geçilmesi o köyün halkının refah seviyesinin önceki durumla karşılaştırılamayacak kadar yükselmesini sağlayacaktır. Bu iş bölümü ne kadar yaygınlaşırsa refah seviyesinin de aynı derecede yükselmesi beklenir (Mises, 2009).

İşletmeler var ve aktif olarak çalışıyor olmasaydı, bugünkü dünyada mevcut refah seviyesi bu kadar yüksek olamazdı. Bu durumda, olumsuz sosyal ve ekonomik sonuçlar ortaya çıkabilirdi. İnsanlık en azından nispi açlık ve yaygın bir yoksulluk içinde kalabilirdi. Yoğun bir işsizlik söz konusu olabilirdi. İnsanlığın buna mahkum olmaması ve refah seviyesinin eski insanların aklının alamayacağı kadar yükselmesi, işletmelerin ortaya çıkması ve gelişmesi ile paralel oldu. İşletmeler, aynı zamanda teknolojik yeniliklerin halka ulaşmasına ve halk hizmetine koşulmasına da öncü ve yardımcı oldu. Bugün artık biliniyor ki, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin birincil itici gücü işletmelerdir. İşletmeler olmadan hiçbir yenilik veya teknolojik ilerleme olamaz, olsa bile, halkın hayatını etkileyecek boyutlara ulaşamaz.

İşletmelerde Etkinlik

İşletme yönetiminde etkinlik, kârı en üst düzeye çıkarmak, rekabet gücünü artırmak ve uzun vadeli başarı elde etmek isteyen her kuruluş için kritik öneme sahiptir.

İşletme yönetiminde etkinliğin temel bileşenlerinden biri, kalite veya üretkenlikten taviz vermeden, operasyonel faaliyetlere harcanan para miktarını en aza indirmek ve böylece maliyetleri düşürmektir. Maliyet azaltmayı başarmak, stratejik planlama, etkili karar verme ve iş yönetimi teorilerinin anlaşılmasını gerektirir. Etkililik, örgütlerin, gerçekleştirdikleri faaliyetlerin sonucunda amaçlara ulaşma derecesini belirleyen bir performans boyutudur (Yükçü ve Atağan, 2009).

İşletme yönetiminde etkinlik, maliyetlerin düşürülmesine, kârların artırılmasına ve rekabet gücünün geliştirilmesine yardımcı olması bakımından, büyük önem ifade eder. Etkinliğin ana noktası, çeşitli yollarla elde edilebilen, maliyet düşürmedir. Bir işletme, bir üretim ve yönetim süreçleri bütünü olarak gö-

rülebilir. Her işletme, çapı değişse de böyle bir organizasyondur. İşletmenin üretim ve yönetim kademelerini gözden geçirmesi ve gereksiz görülen ama yoklukları üretim ve yönetim sürecini etkilemeyeceği anlaşılan kademeleri tasfiye etmesi çeşitli israfları ortadan kaldırabilir. Firmanın üretim ve yönetim süreçlerini gözden geçirmek israfları ortadan kaldırmaya ve şirketlerin işletme maliyetlerinin azaltılmasına yardımcı olur. Bu da en sonunda işletmenin kârlılığına katkıda bulunur.

Etkili karar verme işletme yönetiminde bir diğer önemli konudur. Etkili karar verebilmek, verileri analiz etme, eğilimleri tahmin etme ve mevcut bilgilere dayanarak bilinçli kararlar alma süreçlerini içerir. Etkili karar verme, işletmelerin kaynak tahsisini daha iyi yapmalarını, daha çok veya daha efektif üretmek için yatırımlara öncelik vermelerini, operasyonlarını optimize etmelerini sağlar. Şirketler, doğru zamanda doğru kararları alarak, hedeflerine daha etkin bir şekilde ulaşabilir ve sonuçta rekabetçi ortamda uzun vadeli başarıya ulaşabilir.

Yenilik, kalite yönetimi ve sürekli iyileştirme, maliyet azaltma ve etkili karar vermenin dışında, iş yönetiminde etkinliğe katkıda bulunan diğer faktörler arasında yer alır. İnovasyon, yeni ürünler, tüm işletme paydaşları için değer yaratabilecek süreçler ve iş modelleri geliştirmeyi içerir. Kalite yönetimi, üretimden pazarlamaya kadar olan süreçte, tüm alanlarda yüksek kalite standartlarını korumayı gerektirir. Sürekli iyileştirme, performansı optimize etmek ve maliyetleri azaltmak için daimi olarak ürün ve hizmetlerde iyileştirmeler yapmayı gündeme getirir.

Finans, sigorta ve otomobil endüstrileri, işletme yönetiminde etkinliğin uygulanmasına ilişkin daha somut örnekler sunabilir. Bu sektörlerde yer alan işletmeler devamlı olarak bir yandan ürünlerinde yenilikler yapmaya diğer yandan da yeni kombinasyonlar oluşturarak satışlarını artırmaya, daha çok insana ulaşmaya çalışmaktadır.

Finans sektöründe etkinlik, kârlılık ve rekabet gücü elde etmek açısından çok büyük öneme sahiptir. Süreçleri düzene sokmak, yeni hesap türleri geliştirmek, hataları azaltmaya ve müşteri hizmetlerini iyileştirmeye yardımcı olabilecek otomasyonları kullanmaya başlamak finans sektöründe verimliliği artırmak için kullanılan genel yöntemlerdir. Bu çerçevede, çevrim içi bankacılık ve mobil uygulamalar, müşterilerin finansal kurumlarla etkileşim kurma biçiminde devrim yaratarak fiziksel şubelere olan ihtiyacı azalttı. Aynı zamanda müşteri memnuniyetini de artırdı. Buna dayanarak gelecekte finans kurumlarının, bilhassa bankaların şube azaltma yoluna gitmesi ve müşterilerine mekanın önemi ve anlamı olmaksızın istedikleri yerden banka hizmetlerine ulaşma ve banka işlemleri yapma imkanı sunması kaçı-

nılmaz görünmektedir. Daha doğrusu, zaten var olan bu uygulamaların yaygınlaşması beklenmektedir.

Örnek olarak, sigorta sektöründe etkinlik sağlanması bakımından, maliyetleri kontrol etmek ve müşteri hizmetlerini iyileştirmek önem arz etmektedir. Sigorta sektöründe maliyet düşürmenin bir yolu, risk faktörlerini belirlemeye, dolandırıcılığı tespit etmeye ve fiyatlandırmayı optimize etmeye yardımcı olabilecek veri analitiğinin kullanılmasıdır. Sigorta şirketleri, hasar olasılığını değerlendirmek ve fiyatlandırmalarını buna göre ayarlamak için tahmine dayalı aktüeryal modellemeyi kullanabilir. Bu modeller maliyetleri düşürmeye ve kârlılığı artırmaya yardımcı olurken, aynı zamanda müşterilere daha doğru ve uygun fiyatlı sigorta seçenekleri sunar. Böylece sigorta şirketleri hizmet yelpazesini, daha doğrusu ürün yelpazesini genişletir ve daha fazla insana ulaşır.

Otomobil endüstrisi de benzer durumlara şahit olmaktadır. Hem yeni ve her ihtiyaca, her tercihe, her keseye cevap verecek bir ürün yelpazesi geliştirilmekte hem de çeşitli kampanyalar ile ürünlerin daha fazla satılması hedeflenmektedir. Otomobil satışında ikinci el pazarında durum, servis imkanı, kredi kullanma şartları gibi hususlar öne çıkartılmakta ve firmalar yoğun reklam ve tanıtım kampanyalarıyla otomobil tüketicilerini kendilerine yönelmeye teşvik etmektedir. Kalite isteyene, yani fiyatı önemsemeyene maliyetine bakmaksızın yüksek vasıflı araçlar üretilmekte, fiyatı önemseyen kimselerin taleplerine ise düşük fiyatlı araçlarla cevap vermeye çalışılmaktadır.

Regülasyonlar, etkinliği kolaylaştırabileceği veya engelleyebileceği için, iş yönetiminde verimlilik regülasyonlarla da yakından ilişkilidir. Rekabeti ve yeniliği teşvik eden regülasyonlar, şirketleri yeni teknolojilere ve süreçlere yatırım yapmaya teşvik ederek verimliliği artırmaya yardımcı olabilir. Giriş engelleri oluşturan veya aşırı uyum maliyetleri getiren regülasyonlar, rekabeti sınırlar, yeniliği boğarak etkinliği engelleyebilir. Bu nedenle, regülasyonların hedeflerinin ve işletmelerin mali gerçekliklerinin regülasyon yapılırken göz önüne alınması ve regülasyonların mutlaka ilgili sektöre yardımcı olacak, işletmelerin üretkenliğini köstekleyecek değil teşvik edecek şekilde planlanması gerekmektedir.

İşletmelerde Üretkenlik

Üretkenlik, işletme biliminde önemli konulardan biridir. Üretkenliğin artırılması hem tekil olarak işlemelerin hem de bir bütün olarak milli ekonomilerin temel hedeflerindendir. Ülkeler arasındaki karşılaştırmalar başka ölçütler yanında üretkenlik açısından da yapılır. Üretken firmaların ve ekonomilerin daha başarılı olduğu düşünülür.

Üretkenlik çeşitli biçimlerde tanımlanabilir. Ancak, tanımın özü hemen hemen her zaman aynıdır. Üretkenlik genel olarak girdi ile çıktı arasındaki ilişki üzerinden ölçülür. Girdi, birim başına üretilen çıktı miktarını ifade eden temel bir kavramdır. Emek saati başına üretilen ürün sayısı, girdi birimi başına üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeri gibi çeşitli şekillerde ölçülebilir. Kısa vadede üretkenlik, verimliliğin bir ölçüsü iken, uzun vadede büyüme ve rekabet edebilirliğin bir ölçüsüdür. İktisadi bağlamda, verimlilik, çıktı ve girdi fiziksel miktar olarak ifade edildiğinde, çıktı ve bunu üretmek için kullanılan girdiler arasındaki ilişkidir (Yükçü ve Atağan, 2009).

Üretkenlik, en basit anlatımla, modern işletmelerin var oluşundan itibaren işletme yönetiminin ana odak noktalarından biri ve belki de en önemlisi olmuştur. Sanayi Devrimi döneminde, teknolojilerin ve üretim yöntemlerinin gelişmesi ve çeşitlenmesi, üretkenlikte önemli gelişmelere yol açarak ekonomik büyümeyi artırdı, rekabeti yaydı ve koyulaştırdı. On yıllardır, işletmeler ve ülkeler küreselleşmiş ekonomide rekabetçi kalabilmek için üretkenlik düzeylerini artırmaya çalışırken, üretkenlik ekonomik büyümenin ve rekabet edebilirliğin temel itici gücü olmaya devam etti.

Üretkenlik iki taraflı bir yol gibidir. Üretkenliğe hem girdi miktarını sabit tutup daha çok miktarda çıktı elde edilerek hem de daha az miktarda girdi ile aynı seviyede çıktı elde edilmesi yoluyla ulaşılabildiği görülmektedir. Bu konuda iki örnekten söz edebiliriz. İlki alüminyum içecek kutularının üretiminde kullanılan alüminyum miktarındaki hayret verici azalmadır. Bu kutular 1950'lerde ilk defa kullanıma girdiğinde 85 gram ağırlığındaydı, 2011 yılında ise ağırlıkları 13 gramdan azdı. Yani kutu başına kullanılan alüminyum miktarı başlangıçtakinin altıda birine düşmüştü.

Başka örnekler de var. Telekomünikasyon bunlardan biridir. Bugün 70 kilo civarında silikon ile yapılmış bir fiber optik kablo bir ton bakır kablonun taşıyabileceği kadar enformasyon taşıma kapasitesine sahiptir. Uydu ve kablosuz teknolojiler zamanla fiziksel kabloların kullanımından tamamen kaçınmamızı mümkün kılabilir. İnsanlık olarak eskisinden çok daha fazla haberleşiyoruz ama bunun için çok daha az kağıt kullanıyoruz. E-posta, e-bankacılık ve e-readerların tasarruf edilmesini sağladığı kağıt miktarı gerçekten muazzam. Bir diğer örnek, artan motor gücüne karşılık gittikçe daha az yakıt tüketen otomobil sanayisinde karşımıza çıkıyor. Eskiden otomobiller günümüzde kullanılan kamyonlardan çok daha fazla yakıt tüketirdi. Bugün ise benzin tüketiminde gayet cimri otomobiller yolları süslemekte (McAfee, 2019). Bu durum da üretkenliğin ve verimliliğin çok arttığını göstermektedir.

Verimliliği artırmak niçin önemlidir? Verimliliğin artmasının önemi ve yararı birkaç şekilde açıklanabilir.

İlk olarak, belirli bir çıktıyı üretmek için kullanılması gereken girdiyi düşürmek maliyet tasarrufu sağlayabilir. Bu, maliyetlerini düşürerek ve kârlarını artırarak işletmelerin pazarda rekabetçi kalmalarına yardımcı olabilir. Ancak, bu nokta sadece bu açıdan değil kaynak kısıtlılığı ve çevre sorunları açısından da hayati önem taşımaktadır. Bilindiği gibi dünyada çevre sorunları gitgide ağırlaşmakta ve insanların çevreye gösterdiği ilgi ve özen artmaktadır. Üretim faaliyetlerinde çıktı miktarında bir azalma olmadan, hatta bir artış sağlayarak girdi miktarının azaltılması, doğal olarak, çevre sorunlarının da çözümüne katkıda bulunabilir.

İkincisi, işletmeler yeni teknolojilere ve süreçlere yatırım yaparak, yeni ürün ve hizmetler üretebilirler. Bu da devamlı vuku bulmaktadır. Bazı sektörlerde yeni malların üretilmesi veya zaten eskiden beridir üretilmekte olan mallarda ciddi yenilikler yapılması zaman olarak artık sadece aylarla ifade edilir duruma gelmiştir. Bu durum da inovasyonla sonuçlanır. Zamanımızda yeni inovasyonlar yapmak artık ülke ekonomilerinin rekabetçi pazarlarda kalabilmesinin, fiili veya potansiyel rakipleriyle yarışabilmesinin şartlarından biri olma durumuna gelmiştir.

Son olarak, verimliliği artırmak, kişilerin, kişi gruplarının, ülkelerin ve nihayet tüm insanlığın refahını artırabilir. Verimlilik, üretimi artırarak ve ekonomik büyümeyi hızlandırarak bunu yapabilir. Gerçekten, dünya tarihinin özellikle son iki-üç yüzyılına bakıldığında verimlilik artışına paralel bir refah yükselmesi olduğu fark edilmektedir. Bu da hiç şaşırtıcı olmayan ve olağan karşılanması gereken bir durumdur. Smith'in toplu iğne üretimi örneğini tekrarlayarak buna işaret etmek mümkün. Toplam toplu iğne üretimi günlük 42 adetten 42 bin adete çıkmaktaydı. Zenginliğin ölçüsü olarak ülkedeki toplu iğne sayısını alırsak, bu, ülkenin bin kat zenginleşmesi anlamına gelir. Bu zenginlik halk tabakaları arasında eşitsiz dağılsa bile hemen herkesin zenginliğinin artması sonucunu verir. Ortak sonuç toplumun refahının muazzam şekilde yükselmesidir.

Bu refah yükselmesi pazar-piyasa adı verilen olgunun-olayın-mekanın uğradığı değişiklik tarafından da artırılır. Eskiden pazar-piyasa deyince genellikle insanların bir araya geldiği ve yüz yüze mübadele ilişkisi kurduğu fiziksel mekanlar anlaşılırdı. Türkiye'de hâlâ bu anlamda pazar yerleri vardır. Örneğin küçük kasabaların hepsinin haftanın belli bir gününde alıcı ve satıcıları bir araya getiren pazarları bulunur. Bu günler kasaba için en önemli günlerdir. Zira, dışarıdan bakıldığında sırf pazar olarak görülen yerler toplumda daha fazla fonksiyona ve öneme sahiptir. Pazar-

lar özellikle kadınlar için dünyaya açılma, dost ve arkadaşlarıyla buluşma, sohbet etme, ne olup bittiğini öğrenme ve sosyalleşme mekanlarıdır.

Ancak, pazarlar esas itibarıyla iş bölümünün ve üretkenliğin meyvelerinin paylaşıldığı ortamlardır. Bu yüzden, pazar ne kadar geniş olursa ortak refah için o kadar iyidir. Ama zamanımızda pazarların mekan özelliği ciddi şekilde değişmiştir. Pazarlar, bugün, sektöre bağlı olarak, çok daha geniş bir alandaki insanları ve işletmeleri kapsamaktadır. Pazar deyince artık dünyanın her yerindeki insanların bir şekilde buluşabildiği, mallarını satışa sunulabildiği, insanların yüz yüze gelmeden de bağlantı kurabildiği ve taahhüt altına girebildiği mekanlar anlaşılmaktadır. Bu mekanlar fiili olabileceği gibi internet çağında yaşamamız sebebiyle sanal da olabilir. Bu durum pazar kavramında ve olgusunda inanılmaz bir genişlemeyi teşvik etmiş ve pek çok firmayı lokal değil uluslararası terimlerle ve boyutlarla düşünmeye ve davranmaya itmiştir. Bu da bir taraftan üretkenliğin ve verimliliğin bir sonucudur, diğer taraftan üretkenliği ve verimliliği teşvik eden bir durumdur.

İşletme yönetiminde verimliliği artırmanın birçok yolu vardır. Bu yollar bazen tek başlarına bazen birkaçı birlikte olmak üzere kullanılabilir.

Bu yolların en başta gelenlerinden biri yeni teknolojilere yatırım yapmaktır. Günümüzde özellikle bazı sektörlerde "çılgınca" denebilecek bir teknoloji gelişmesi ve değişmesi yaşanmaktadır. Teknolojideki değişme ve ilerlemeleri takip eden ve firmasına taşıyan işletmeler verimliliğini hızla artırarak bunu yapmayan veya yapamayan firmalara fark atabilmektedir. Bu yüzden, yeni teknolojilere ve ekipmanlara yatırım yapmak verimliliği artırmanın başlıca yoludur.

Verimliliği artırmanın bir diğer yolu, üretim süreçlerini düzene sokmaktır. Her işletme bir taraftan belli bir üretim stratejisi takip eder, diğer taraftan da bu stratejiyi devamlı test eder. Ondaki gereksiz kademeleri, tekrarları, üretime fiilen katkıda bulunmayan uygulamaları tespit eder ve onları ortadan kaldırmaya çalışır. Böylece üretim kademelerinin sayısının azalması ve israfa yol açan uygulamaların ortadan kaldırılması gerçekleşir. Sonuçta verimlilik artar.

Benzer şekilde, çalışanların eğitim ve öğretiminin iyileştirilmesi de verimliliğin artırılmasına katkıda bulunur. Aslında değişen teknoloji ve üretim kademelerinde azalma, çalışanların iş konusunda devamlı olarak bir tür eğitimden geçirilmesini gerektirir. Bu eğitim ihtiyacının bazen farkına varılır ve eğitim formel eğitim şeklinde düzenlenir. Özellikle büyük işletmelerin iç eğitim süreçleri bu bakımdan dikkat çekicidir. Bazen de eğitim ihtiyacı iş başında karşılanır. İnsanlar gözleyerek, uygulayarak ve bunları daha usta olanların, bir tür formel değil fiili eğitmenlerin

denetim ve gözetiminde yaparak ilerler. Ama her işletme bir anlamda bir bilgi yığınıdır ve bilginin hem öğretilmesi hem de yenilenmesi gerekir. Bunun yapılması ise işletmenin verimliliğini artırır.

Son olarak, performansa dayalı ödeme ve diğer ödül sistemleri aracılığıyla verimlilik teşvik edilebilir. Her işletme bir ekonomik faktörleri ve insan bilgi ve becerisini mal ve hizmet üretimi için kullanma teşebbüsüdür. Üretim faktörleri de denen bu faktörler belli bileşimlerde bir araya getirilerek ve buna bir zaman unsuru eklenerek üretim yapılır. İş gücü de başlıca ekonomik faktörlerdendir. Robotlaşma bazı sektörlerde iş gücünün miktarını ve önemini azaltma yolunda ilerliyor olsa da her işletme, ister az ister çok sayıda olsun, insan çalıştırmak zorundadır.

İş gücünün marjinal verimliliği ile ödenen ücretler arasında bir ilişki olduğu bilinmektedir. Ancak, günün sonunda, çalışanlar hak ettikleri ücreti aldığından emin olmadığı takdirde performansları düşebilir. Bu yüzden, her işletmede, çalışanlara azami miktarda maaş ödenmeye çalışılmalıdır. Diğer taraftan vasıflı ve becerikli iş gücü ile öyle olmayanlar, gerçekten çalışanlar ile çalışır gibi yapanlar arasında bir ücret farkı olması da gerekir. Hiçbir ülkede tek patron yoktur ve vasıflı iş gücünün bir işletmeyi terk edip başka bir işletme için çalışmaya başlaması mümkündür. Bu yüzden de ödeme sistemi bu hususlar dikkate alınarak düzenlenmelidir.

Verimliliği ölçmek, çıktı ve girdiyi etkileyebilecek birçok faktör olduğundan dolayı zor olabilir. Verimliliği ölçmek için çeşitli yöntemler kullanılabilir.

Verimliliği ölçmenin birinci yolu emek saati başına üretilen çıktı olan emek verimliliğine bakmaktır. Zaman genellikle ekonomi literatüründe bir üretim faktörü olarak yer almaz. Ancak, zaman aslında bir üretim faktörü olarak görülmelidir. Bir şeyi bir saatte üretmek ile bir saatte o şeyden çok sayıda üretmek arasında ciddi bir fark vardır. İlk durumda zaman bolca harcanmakta, ikinci durumda zaman daha etkili şekilde kullanılmaktadır. Dolayısıyla, emek saati başına üretim miktarı önemli bir verimlilik göstergesidir. Zaman başına üretimin artması, verimliliğin arttığı anlamına gelir.

Diğer verimlilik ölçütlerinden biri, sermaye ve teknoloji gibi diğer girdileri hesaba katan sermaye üretkenliğidir. Her işletme sermayeye dayanmak zorundadır. İşletmeye bağlanan sermaye alternatif kullanımlarına göre daha karlı olmalıdır. Bu durumda bir verimlilik söz konusudur. Herkes sermayesini en üretken olacağı sahalarda ve en etkin şekilde kullanmak ister. Benzer şeyler teknolojik donanım için de söylenebilir. Teknoloji kullanan makinelerin nispi durumu verimlilik açısından büyük önem arz eder. Büyük bir olasılıkla makine stoku eski olan ve üretimde bu

makine stokunu kullanan firmalar yeni teknolojiyi kullanan rakiplerine nispetle geride kalacaktır. Bu yüzden, sermayenin makinaya dönüştürülmesi ve etkin şekilde kullanılması işletmeleri verimlilikte ileri taşır.

Son olarak kullanılan toplam faktör miktarına bakmak üretkenliği ölçmekte kullanılan bir diğer yoldur. Burada işletmenin kullandığı tüm faktörlerin toplu sonucuna bakmak gerekir. Bu verimlilik diğer firmaların toplam verimliliği ile karşılaştırılarak değerlendirilir. Başarılı firmaların toplam faktör verimliliğinde en başlarda gelmesi beklenir.

Verimlilik, işletme yönetimindeki etkinlik, kârlılık ve rekabet edebilirlik gibi diğer birçok işletme yönetimine ilişkin kavramla da ilişkilidir. Verimliliği artırmak, kaynak kullanımını optimum düzeye çıkararak şirketlerin daha verimli faaliyette bulunmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, maliyetleri düşürerek ve çıktıyı artırarak kârlılığı artırabilir. Artan verimlilik, şirketlerin daha düşük maliyetle daha fazla çıktı üretmelerine izin vererek onları daha rekabetçi hale getirebilir.

Verimlilik birçok endüstride ölçülebilir. Örneğin teknoloji ve üretim yöntemlerindeki iyileşmeler imalat sanayisinde verimlilikte önemli gelişmelere yol açmıştır. Nitekim, otomatik üretim hatları ve insan gücü yerine robot teknolojisinin kullanılmaya başlaması, şirketlerin daha az çalışanla daha fazla çıktı üretmesini sağladı. Bu da maliyet tasarrufuna ve artan rekabet gücüne yol açtı.

Regülasyonların da verimlilik üzerinde etkileri olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Zamanımızda devletler her veya çoğu iş kolunda regülasyonlar yaparak işletmeleri etkilemeye, işletmelere yön vermeye çalışmaktadır. Regülasyonların iş yönetiminde verimlilik üzerinde elbette bir etkisi olabilir. Ancak, bu ilişki karmaşıktır ve çeşitli durumlara bağlıdır. Bazıları verimliliği teşvik ederken diğer bazıları verimliliğin önüne engeller çıkarabilir. Güvenlik ve çevre düzenlemeleri yapan bazı regülasyonlar, çalışanların sağlık şartlarını ve güvenliğini iyileştirerek ve çevreye verilen zararın maliyetini azaltarak verimlilik üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Bununla birlikte, aşırı derecede külfetli veya kısıtlayıcı türden regülasyonlar, uyum maliyetlerini artırarak ve inovasyonu ve büyümeyi sınırlayarak verimlilik üzerinde olumsuz bir etki meydana getirebilir.

İşletmelerde Etkinlik ve İşletmelerde Üretkenlik Arasındaki Farklar

Etkinlik ve üretkenlik, bir işletmenin performansını değerlendirmek için önemli ölçütlerdir. Etkinlik, belirli bir çıktıyı elde etmek için israfı en aza indirme ve kaynakların kullanımını optimize etme becerisini ifade eder. Üretkenlik ise kullanılan girdi birimi başına üretilen çıktıyı ifade eder (Yükçü ve Atağan, 2009). Her ikisi de

işletmenin başarısı için çok önemlidir. Bu iki kavram bazen eş anlamlı olarak kullanılmasına rağmen, aralarında ölçümleri ve nasıl geliştirilebilecekleri bakımından bazı farklar vardır.

Öncelikle, etkinlik, bir çıktıyı üretmek için yapılan masraflarla ilgili bir kavramdır. Anlamı bu masrafları en aza indirmekle ilgilidir. İsrafı azaltmak, kaynakların kullanımını optimize etmek manasına gelir. Aynı zamanda, bu bir görevi tamamlamak için gereken süreyi en aza indirme anlamına da gelmektedir. Örneğin, bir üretim tesisi, bir birim ürünü üretmek için gereken ham madde miktarını azaltmayı, bir birim ürünü üretmek için gereken süreyi azaltmak için üretim süreçlerini düzene sokmayı veya bitmiş üründeki kusur sayısını en aza indirmeyi amaçlayabilir. Bütün bunlar etkinlik kavramı çerçevesinde düşünülebilir.

Etkinlik, çıktı birimi başına maliyet, döngü süresi ve kusur oranı gibi metrikler kullanılarak ölçülür. Daha yüksek bir verimlilik düzeyi, işletmenin aynı miktarda kaynakla daha fazla üretebileceği veya daha az kaynakla aynı çıktıyı üretebileceği anlamına gelir. Daha önce de vurgulandığı üzere, bu, tüm dünyadaki işletmeler aleminde genel eğilim olagelmiştir.

Üretkenlik, kullanılan girdi birimi başına üretilen çıktıya odaklanır. Çıktıyı üretmek için kullanılan kaynaklar, emek, sermaye, ham madde ve üretim sürecinde kullanılan diğer kaynakları içerebilir. Örneğin, bir satış ekibi, satış elemanı başına yapılan satış sayısına veya pazarlama kampanyası başına elde edilen gelire göre değerlendirilebilir. Üretkenlik, çalışan başına gelir, saat başına satış veya makine başına üretilen birim gibi metrikler kullanılarak ölçülür. Daha yüksek bir üretkenlik düzeyi, işletmenin aynı girdi düzeyiyle daha fazla çıktı üretebileceği veya aynı çıktıyı daha az kaynakla üretebileceği anlamına gelir.

Etkinlik ve üretkenlik arasındaki temel fark, odak alanlarında yatmaktadır. Etkinlik, kullanılan kaynakların nasıl kullanıldığı ile ilgilenirken; üretkenlik, kullanılan girdi birimi başına üretilen çıktıyla ilgilenir. Etkinlik faaliyetleri doğru yapmakla, üretkenlik ise doğru faaliyetleri yapmakla ilgilidir. Örneğin, bir işletme bir ürünün üretiminde oldukça etkin olabilir, ancak ürün talep görmezse üretkenliği büyük bir olasılıkla düşük olacaktır.

Etkinlik ve üretkenlik arasındaki bir diğer önemli fark, etkinlik ve üretkenliğin nasıl iyileştirilebileceği hakkında ortaya çıkar. Etkinliği artırmak, genellikle, süreç optimizasyonu sonucunda, atık azaltmayı ve bir iş yapmak için gereken süreyi azaltmayı içerir. Örneğin, bir işletme, etkinliği artırmak için, bir görevi

tamamlamak için gereken adım sayısını azaltabilir, gereksiz süreçleri ortadan kaldırabilir. Öte yandan, üretkenliği artırmak, genellikle, çalışanların beşeri kabiliyetlerini iyileştirmek, en son çıkan teknolojiye yatırım yapmak, tedarik zincirini optimize etmek gibi girdilerin kalitesini iyileştirmeyi içerir. Örneğin, bir işletme, becerilerini ve bilgilerini geliştirmek için çalışanların eğitimini gündeme alabilir veya üretim süreçlerinin etkinliğini artırmak için yeni teknolojiye yatırım yapabilir.

Sektörel bazda somut örnekler, etkinlik ve üretkenlik arasındaki farkları göstermeye yardımcı olabilir. Örneğin Trendyol adlı firma, ürünleri hızlı ve düşük maliyetle teslim etmesine olanak tanıyan yüksek derecede etkin olan tedarik zinciri yönetim sistemi ile tanınır. Belki de ülkedeki en büyük internet satış zincirlerinden biri olmasında bu faktör önemli bir rol oynamaktadır. Diğer bir örnek, son derece üretken ve yaratıcı ürün geliştirme süreçleriyle tanınan Apple'dır. Şirket, girdi birimi başına önemli gelir sağlayan yenilikçi ürünler yaratmak için araştırma ve geliştirmeye büyük yatırımlar yapmaktadır. O kadar ki, cep telefonu sektöründeki öncü firma olarak tanınması tamamen yanlış ve haksız değildir. Daha doğrusu bunun hak edilmemiş bir şöhret olduğu söylenemez. Apple inovasyona ve kaliteli girdilere o kadar büyük önem ve değer vermektedir ki bu sayede rakipleri arasından sıyrılarak dünyanın en değerli firmaları arasında en başlara gelmiştir. "Apple'ın inovasyon sevdası" denebilecek bu tavır ve buna uygun çalışmaya odaklanması, Apple müşterileri arasında büyük bir memnuniyet ortaya çıkmasını ve müşteri sadakatinin çok yüksek seviyede oluşmasını sağlamıştır.

Sonuç

İşletmeler günümüz dünyasında ekonomik hayatta çok önemli bir rol oynamaktadır. İşletmeler insan ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılan malların ve hizmetlerin üretiminin vazgeçilmez aktörleridir. İşletmenin hangi özelliklere sahip olduğu ve nasıl bir statü taşıdığı ikinci derecede önemlidir. Mühim olan işletmelerin var olması ve çalışmasıdır.

Bu çerçevede bir ülkenin ekonomik bakımdan gelişmesinde ve insanların refah seviyesinin yükselmesinde de işletmelere düşen görevler vardır. İşletmeler insan istihdam ederek, vergi ödeyerek, araştırma geliştirme faaliyetleri yürüterek, ürünlerini daha etkin şekilde ortaya çıkartarak, ürün yelpazesini genişleterek de toplum hayatına katkıda bulunurlar. İşletmeler artık hayatın öyle bir parçası haline gelmişlerdir ki neredeyse onlarsız bir ekonomik hayat düşünülemez.

İşletmelerin gelişmesi ekonomik gelişme açısından da önemlidir. Bunun için işletmelerin daha iyi çalışması gerekir. Bu çerçevede işletmelerin üretkenliğinin artırılması ve verimlilik seviyesinin yükseltilmesi icap eder.

Bunların olması için ilk görev işletmelerin kendisine düşer. İşletmeler bazı şeyleri bizzat yapmak durumundadırlar. Üretim süreçlerinin gözden geçirilmesi, lüzumsuz veya tekrarlayan işlerin ve kademelerin ortada kaldırılması, yetenekli elemanların istihdam edilmesi, işletmeyi geleceğe taşıyacak makine ve yazılım yatırımlarının yapılması ve çalışanların iç eğitim süreçleriyle geliştirilmesi, çalışanlara işletmeye bağlılık geliştirecekleri bir gelir ve çalışma ortamı sağlanması işletmelerin yapabileceği şeyler arasındadır. Böylece işletmeler üretkenlik ve verimlilik artışı sağlayabilecektir.

İşletmelerin içinde yaşadığı ekosistem içinde de yapılabilecek şeyler vardır. İşletmeler devamlı olarak etkin çalışma hedefine yönelik biçimde kendilerini ve işleyişlerini gözden geçirirken kamu kurumları ve otoriteleri de bu çabalara engel değil yardımcı olmaya çalışmalıdır. İşletmelerin içinde yaşadığı ortamın oluşturulmasında hayati roller üstlenen kamu otoriteleri ve kurumları da işletmelerin işlerini zorlaştırmaya değil kolaylaştırmaya gayret etmelidir. Bu da vergi mevzuatından işletme kuruluş ve tasfiyelerinin kolaylaştırılmasına kadar birçok bakımdan işletmelere yardımcı olunmasını gerektirmektedir.

Businesses, Management, and Economic and Social Life

Okan Yayla

Introduction

Businesses are among the most important institutions in modern economic and social life. They organize production, coordinate resources, create employment, support innovation, and directly contribute to economic development. This study evaluates the concepts of business, business functions, business types, management theories, effectiveness, productivity, and the contribution of businesses to social welfare. Businesses are examined not only as profit-seeking organizations but also as institutions that facilitate cooperation, specialization, technological development, and social progress. The discussion is grounded in the literature on economics and business administration and emphasizes that sustainable prosperity depends heavily on productive and effectively managed enterprises.

What Is a Business?

A business is an organization that engages in the production, distribution, and delivery of goods and services. In economics, businesses are the primary actors shaping market outcomes and resource allocation (Mankiw, 2010). Businesses ge-

Dr., Independent Researcher, serafettinokanyayla@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-8482-1575

Yayla, O. (2026). İşletmeler, İşletmecilik ve Ekonomik ve Toplumsal Hayat. İş Ahlakı Dergisi, 19(2), ss. 56–84..

Araştırma Makalesi

© İGİAD
DOI: 10.12711/tjbe/m794
Turkish Journal of Business Ethics, 2026
isahlakidergisi.com

Başvuru: 01.04.2026
Kabul: 04.06.2026
Erken Baskı: 05.10.2026

nerally pursue profits, but this objective is not universal. Public enterprises, foundations, charities, and certain voluntary organizations may operate for broader social purposes while still performing business-like activities. Business activities encompass R&D, production, marketing, sales, finance, and management activities. These activities are organized to satisfy human needs while ensuring organizational continuity. Therefore, the concept extends beyond simple profit generation and includes value creation for society, employees, consumers, and other stakeholders (Aktepe, 2016; Akın, 2010b).

The Importance of Businesses

Businesses are central drivers of economic growth, innovation, employment, and wealth creation. Successful firms contribute to national prosperity and frequently become internationally competitive (Sowell, 2016). Business activity facilitates specialization and division of labor, allowing societies to produce more output with the same resources. Adam Smith's famous pin factory example demonstrates how specialization dramatically increases productivity and prosperity (Skousen, 2014). Businesses also generate tax revenue, foster financial innovation, support infrastructure development, and contribute to education and healthcare through direct and indirect channels. Modern enterprises are increasingly assuming social and environmental responsibilities in addition to their economic functions. Consequently, businesses operate not only as economic organizations but also as institutions that influence social development and welfare (Seyidoğlu, 1999; Koçel, 2020; Osterfeld, 1992).

Functions of Businesses

Business organizations perform several interrelated functions. These include production, marketing, finance, operations, human resources, and strategic planning. Together, these functions ensure that goods and services are produced efficiently, delivered effectively, and aligned with market demand. The integration of these functions determines organizational performance and long-term sustainability.

Production and Marketing

Production transforms inputs into outputs demanded by consumers, and marketing ensures that these outputs reach the intended consumers. Production without demand creates waste, whereas effective marketing enables revenue generation

and organizational sustainability. Therefore, firms monitor consumer preferences, market trends, and technological developments to align their production with demand. Marketing has become increasingly professionalized because of growing competition and rapidly changing consumer expectations (Mises, 1990).

Finance

Finance manages investments, revenue, costs, and organizational resources. Business growth requires investment in facilities, technology, employee training, and innovation. Such investments depend on sound financial planning and resource allocation. Therefore, financial management plays a central role in business operations because it supports both current activities and future expansion (Koçel, 2020).

Operations

Operations management coordinates production and delivery processes. This ensures that resources, labor, technology, and logistics function efficiently. Effective operations minimize disruptions, improve quality, and enhance customer satisfaction. Both manufacturing and service organizations depend on operational excellence to maintain their competitiveness.

Human Resources

Human resource management includes recruitment, training, evaluation, and employee development. Businesses rely on qualified personnel to achieve their organizational goals. Continuous training and skill development enhance employee performance and organizational adaptability. Therefore, human capital represents a strategic asset rather than merely a production factor (İnce, 2010).

Strategic Planning

Strategic planning focuses on long-term objectives and organizational adaptation. Competitive pressure, technological change, and market uncertainty require firms to continuously evaluate their future opportunities and threats. Historical examples, such as those of Kodak and IBM, illustrate how the failure to adapt can weaken dominant firms. Strategic planning helps organizations remain relevant and competitive.

Types of Businesses

Businesses can be classified according to their ownership, legal structure, size, and output type. Ownership-based classifications include private, public, and mixed enterprises (Aktepe, 2016). Legal classifications include sole proprietorships, partnerships, corporations, cooperatives, and foundations (Akın, 2010c). Businesses may also be categorized as industrial, commercial, or service organizations, depending on their primary activities. These classifications demonstrate the diversity of organizational forms in modern economies.

Businesses and Management Theories

Management theories provide a framework for understanding organizational performance. Scientific management emphasizes efficiency, standardization, and employee training. Frederick Taylor argued that productivity could be increased through systematic observation and scientific work methods (Akın, 2010b; Lipczynski, 2014). Contingency theory rejects universal management principles and emphasizes situational adaptation. Systems theory views organizations as interconnected systems in which changes in one component affect the entire system (Akkuş & İzci, 2018). Stakeholder theory expands managerial responsibility beyond shareholders to include employees, customers, communities, and societies. Corporate governance approaches focus on sustainable value creation, accountability, and the alignment of managerial actions with stakeholder interests (Alp & Küçük, 2014).

Important Performance Indicators in Businesses

Business performance is evaluated using both financial and non-financial indicators. Financial measures include revenue, profitability, return on investment, and cost control. Non-financial indicators include customer satisfaction, employee commitment, innovation, reputation, and environmental sustainability. Customer loyalty contributes to long-term success because satisfied customers repeatedly purchase products and services. Employee commitment strengthens organizational stability and performance. Social responsibility initiatives and sustainability practices influence stakeholder perceptions and organizational legitimacy. Therefore, an effective performance evaluation requires balancing financial outcomes with broader social objectives.

Effectiveness in Businesses

Effectiveness refers to the extent to which an organization achieves its objectives. It involves reducing waste, lowering costs, improving decision-making, strengthening innovation, and optimizing processes (Yükçü & Atağan, 2009). Effective organizations allocate resources efficiently and continuously make quality improvements. In finance, effectiveness is supported by digital banking, automation, and data-driven decision-making. In insurance, effectiveness can be enhanced through actuarial modeling, fraud detection, and advanced analytics (Duygulu & Pehlivan, 2017). In the manufacturing industry, effectiveness often depends on product innovation, quality management, and customer-oriented strategies. Regulatory frameworks also influence their effectiveness. Regulations that encourage innovation and competition may improve organizational performance, whereas excessive compliance requirements may reduce flexibility and efficiency (Sarısoy, 2010).

Productivity in Businesses

Productivity measures the relationship between output and input. Higher productivity can be achieved by either increasing output while holding inputs constant or by reducing inputs while maintaining output levels (Yükçü & Atağan, 2009). Productivity has been a major driver of economic growth since the Industrial Revolution. Technological progress has enabled firms to produce more with fewer resources. Examples include a reduction in aluminum use in beverage cans, improvements in telecommunications infrastructure, and significant advances in fuel-efficient transportation technologies (McAfee, 2019). Productivity generates cost savings, supports competitiveness, encourages innovation, and contributes to environmental sustainability by reducing resource consumption. Businesses can improve productivity through technology investments, process redesign, employee training, and performance-based incentive systems. Productivity can be measured through labor, capital, and total factor productivity indicators. Higher productivity benefits individual firms while simultaneously increasing national income and social welfare.

Differences between Effectiveness and Productivity

Although effectiveness and productivity are closely related, they focus on different dimensions of organizational performance. Effectiveness emphasizes the achievement of objectives with minimal waste and optimal resource utilization. Producti-

vity emphasizes the quantity of output generated from available inputs (Yükçü & Atağan, 2009). Effectiveness is often evaluated using indicators such as cost reduction, process quality, cycle time, and defect rates. Productivity is commonly measured using output-per-input ratios, such as output per labor hour or revenue per employee. Improvements in effectiveness generally result from process optimization and waste elimination, whereas productivity improvements frequently require technological innovation, human capital development, and better resource utilization. Sustainable business success requires simultaneous progress in both areas.

Conclusion

Businesses are the foundation of contemporary economic and social life. They create goods and services, generate employment, support technological innovation, and contribute to public welfare. Economic development depends significantly on the effectiveness and productivity of business organizations. Firms can strengthen their performance through technological investments, process improvement, employee development, and strategic planning. Governments can support such efforts through transparent regulations, predictable tax systems, and business-friendly institutional frameworks. When businesses and public institutions work toward productivity, effectiveness, and innovation, the result is higher competitiveness, stronger economic growth, and improved social welfare.

Kaynakça

Akın, B. (2010a). Kariyer olarak işletmecilik. Bahadır Akın (Ed.), İçinde *Temel işletme: Girişimcilik, iş kurma ve yönetim*. Adres Yayınları, 19-28.

Akın, B. (2010b). İşletmecilikle ilgili temel kavramlar ve işletmeciliğin tarihi gelişimi. Bahadır Akın (Ed.), İçinde *Temel işletme: Girişimcilik, iş kurma ve yönetim*. Adres Yayınları, 29-46.

Akın, B. (2010c). İşletmenin çevresi, türleri ve işletmenin büyümesi. Bahadır Akın (Ed.), *Temel işletme: Girişimcilik, iş kurma ve yönetim*. Adres Yayınları, 47-60.

Akkuş, B. ve Alevok İzci, N. (2018). Sistem yaklaşımı, kavramları ve yönetim. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt: 4, sayı: 7, 223 – 237.

Aktepe, E. (2016). *Genel işletme*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Alp, A. ve Küçük, S. (2014). *Kurumsal yönetim: Nasıl yönetilmeli?*. Doğan Kitap.

Duygulu, E. ve Pehlivan, P. (2017). *Sigorta işletmeciliği*. Detay Yayıncılık.

Ertek, T. (2012). *Temel ekonomi*. Beta Yayıncılık.

İnce, M. (2010). İşletmelerde insan kaynakları yönetimi. Bahadır Akın (Ed.) İçinde *Temel işletme: Girişimcilik, iş kurma ve yönetim*. Adres Yayınları, 243-267.

Koçel, T. (2020). *İşletme yöneticiliği*. Beta Yayınları.

Lipczynski, J. (2014). *İşletme*. Şeyma Akın (), Liman Kitapları.

Mankiw, N. G. (2010). *The principles of economics*. Cengage Learning.

McAfee, A. (2019). *More from less*. Scribner.

Mises, L. (2009). *İnsan eylemi*. İsmail Aktar (), Liberte Yayınları.

Mises, L. (1990). *Economic freedom and interventionism*. Liberty Fund.

Osterfeld, D. (1992). *Prosperity versus planning*. Oxford Universiy Press.

Sarısoy, S. (2010). Düzenleyici devlet ve regülasyon uygulamalarının etkinliği üzerine tartışmalar. *Maliye Dergisi*, sayı 159, 278-298.

Seyidoğlu, H. (1999). *Ekonomik terimler: Ansiklopedik sözlük*. Güzem Can Yayınları.

Skousen, M. (2014*). İktisadî düşünce tarihi: Modern iktisadın inşası*. Mustafa Acar, Ekrem Erdem ve Metin Toprak (Çev.), Adres Yayınları.

Sowell, T. (2016). *Wealth, poverty and politics: An international perspective.* Basic Books.

Yükçü, S. & Atağan, G. (2009). Etkinlik, etkililik ve verimlilik kavramlarının yarattığı karışıklık. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, cilt: 23, sayı: 4, 1-13.