

7. İŞLETMELERİN SINIFLANDIRILMASI I

Giriş

Bir konunun bilimsel olarak incelenmesinde sınıflandırmalar önem kazanmaktadır. Bu sınıflandırmalar değişik bakış açılarıyla yapılabilir. Doğal olarak, belirli bir amaca yönelik bir inceleme yaparken o amaca en uygun sınıflandırma hangisiyse o esas alınır. İşletmeler de farklı özellikleri bakımından sınıflandırılabilirler. 7. ve 8. bölümlerde işletme çeşitleri yedi farklı kriter açısından ele alınacaktır:

- Faaliyet Konuları Bakımından İşletmeler
- Büyüklükleri Bakımından İşletmeler
- Pazar Alanlarına Göre İşletmeler
- Sermaye Sahipliğine Göre İşletmeler
- Üretilen Mal veya Hizmetin Cinsine Göre İşletmeler
- Hukuki Durumuna Göre İşletmeler (8.Bölüm)
- İşletmelerarası Anlaşmalar Bakımından İşletmeler (8.Bölüm)

7.1. Faaliyet Konuları Bakımından İşletmeler

İşletmeler, faaliyet konularına veya hangi faaliyet dalında mal ve hizmet ürettiklerine göre çeşitli şekillerde sınıflandırılabilirler. Bu başlıktaki işletmeler daha ayrıntılı olarak sekiz grupta toplanabilir ¹⁵¹:

- a. Tarımla uğraşan işletmeler (Çiftçilik ve hayvancılık, ormancılık ve balıkçılıkla uğraşanlar)
- b. Sanayi ile uğraşan işletmeler (Madencilik, imalat sanayii, elektrik, su ve havagazı alanlarında çalışanlar)
- c. İnşaat sanayii ile uğraşan işletmeler
- d. Ticaretle uğraşan işletmeler (Mal ve hizmet ticareti yapan işletmeler)
- e. Ulaştırma ve haberleşme ile uğraşan işletmeler (Kara, Deniz ve Hava Taşımacılığı, Posta, Radyo ve TV ve basın alanlarında çalışan işletmeler)
- f. Finansal kuruluşlar (Banka, sigorta, bankerlik vb. alanlarında çalışanlar)
- g. Serbest meslek ve hizmetler (Çeşitli serbest meslekle uğraşan işletmeler)

h. Konut geliri sağlayan işletmeler (Gayrimenkul sahibi olup bunları kiraya veren işletmeler)

7.2. Büyüklükleri Bakımından İşletmeler

İşletmeleri büyüklükleri bakımından sınıflandırırken araştırmacılar tarafından değişik ölçütler kullanılmaktadır. Sahip olunan sermaye, çalışanların sayısı, üretim kapasitesi, kullanılan hammadde, malzeme, enerji ve makine parkı, bir dönem içindeki toplam satış gibi değişik ölçütler söz konusudur. Genel olarak, işletmeler büyüklüklerine göre; sıfır grubu veya çok küçük işletmeler, küçük ve orta ölçekli işletmeler ve büyük işletmeler olarak incelenebilir.

7.2.1. Sıfır Grubu veya Çok Küçük İşletmeler

Bir işyerinde yalnız çalışarak, genel olarak bir meslek, bir sanat yardımıyla faaliyette bulunan kişilerin oluşturduğu işletmelere **sıfır grubu işletmeler** adı verilmektedir. 3 ila 5 kişinin çalıştığı işletmeleri ise çok küçük (cüce) olarak tanımlamak mümkündür. Ülkemizdeki işletmelerin çoğu bu gruba girmektedir. Bu tip işletmeler ya babadan kalmakta, ya da uzun yıllar süren bir çiraklık döneminden sonra açılmaktadır. Çok fazla sermayeye ihtiyaç olmadığı gibi, iş yükü genellikle bir kişinin altından kalkabileceği kadardır. Bu işletmelere örnek olarak, ayakkabı tamircileri, kuru temizlemeciler ve mahalle bakkalları sayılabilir. Son yıllarda, özellikle bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle bilgisayar programcılığı gibi evde çalışan tek kişilik işletmeler yaygınlaşmaya başlamıştır.

7.2.2. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİler)

Çeşitli ülkelerde küçük ve orta ölçekli işletmeleri tanımlamak üzere farklı kriterler geliştirilmektedir. Ancak hemen her ülkede bu tanımlarda baskın olan benzerlik, küçük işletmelerin bağımsız kişilerin sahip olduğu, alanlarında diğer işletmelere göre hakim durumda bulunamayan işletmeler olduğudur.¹⁵²

Tarım alanında çalışan küçük aile çiftlikleri, kasap, bakkal, ayakkabı tamircisi, küçük perakendeci firmalar, restaurant, sinema, tiyatro gibi işletmeler KOBİ'lerin en belirgin örneklerindedir.

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayii Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)'nın küçük ve orta ölçekli işletme tanımları aşağıdaki şekildedir¹⁵³:

a. Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri üç milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

b. Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yirmibeş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

c. Orta büyüklükteki işletme: İkiyüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yüzyirmibeş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

KOBİ'lerin sayısı ülkemizde olduğu gibi, diğer pek çok ülkede de büyük işletmelerden çoktur. Özellikle evden çalışma doğrultusundaki yeni eğilimler, küçük işletmelerin sayıca artmasına sebep olmaktadır. Hızla gelişen bilgi teknolojilerinden yararlanarak işlerini evden yürütmeyi tercih edenler dünyada olduğu gibi ülkemizde de artmaktadır.¹⁵⁴

Küçük ve orta ölçekli işletmeler her yıl ülke ekonomisinde tüm sektörlerde cazip iş fırsatları yaratarak, ekonominin en önemli sorunlarından biri sayılan işsizlik konusunda bireylere iş olanakları sağlayıp istihdam oranının artmasına yardımcı olmaktadır. KOBİ'ler ayrıca, büyük işletmeleri destekleyip onlar için girdi sağlayarak ve tamamlayıcı ve yarı mamul üretimi yaparak ekonomik gelişmeye katkıda bulunurlar.

| AVANTAJLAR | DEZAVANTAJLAR |
|--------------------------------|-----------------------------------------|
| • Kurulma kolaylığı | • Büyük işletmelerle rekabette zayıflık |
| • Düşük maliyetler | • Sınırlı büyüme |
| • Esneklik | • Kısıtlı finansman |
| • Girişimcilik ve yenilikçilik | • Yönetim yetersizliği |

Tablo 1: KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

Kaynak: S. Kadri MİRZE, *İşletme, Literatür Yayınları, İstanbul, 2010, s.61.*

- **Kurulma kolaylığı:** KOBİ'ler büyük işletmelere göre daha az sermaye ve kaynak gerektirirler. Daha kısa sürede kurulurlar ve daha az bürokratik işleme tabidirler.
- **Düşük maliyetler:** KOBİ'ler ölçek ekonomisi gerektirmeyen işlerle ilgili alanlarda büyük işletmelere oranla daha düşük maliyetle çalışırlar.
- **Esneklik:** Değişen çevre koşullarına kolayca ve hızla yanıt verip çevreye uyum sağlarlar. İşletme içi ve dışı iletişim bağlantıları büyük ölçekli işletmelere göre daha basittir ve etkili olabilmektedir.
- **Girişimcilik ve yenilikçilik:** Çoğu KOBİ müşteri istek ve ihtiyaçlarını izleyerek, o konularda açılım yapmakta olduğundan genelde girişimci, yaratıcı ve yenilikçidirler.

KOBİ'lerin bahsedilen bu avantajları yanında bazı dezavantajları da bulunmaktadır:

- **Büyük işletmelerle rekabette zayıflık:** Bir girişimci bir işte başarılı olduğunda aynı alana yeni işletmeler girer. Büyüme hızı yüksek alanlarda faaliyet gösteren KOBİ'ler, aynı faaliyet alanına rekabetçi stratejilerle giren büyük işletmelere karşı rekabet etmekte zorlanırlar.
- **Kısıtlı finansman ve sınırlı büyüme:** Finans kuruluşlarından kredi bulmakta zorlanan KOBİ'ler, kendi özsermayelerine bağımlı kalmakta ve işlerini geliştirmekte zorluk çekmektedirler. Sınırlı finansal kapasitelerine bağlı olarak pazarlarını da kolay genişletemezler, ürün geliştirme veya yeni teknoloji geliştirme konularında da zorlanırlar.
- **Yönetim yetersizliği:** KOBİ'lerin çoğu kurucuları veya sahipleri tarafından yönetilir. İşletme sahipleri kendi teknik konuları ile ilgili özel beceri ve yeteneklere sahip olsalar bile, yönetim becerileri konusunda yetersiz kalabilmektedirler.

7.2.3. Büyük İşletmeler

Büyük işletmeler ülke ekonomilerinin can damarını oluşturmaktadırlar. Teknolojik gelişmeler sonucu, işletmelerin üretim miktarı, sermayesi ve personel sayısı hızla artmaktadır. Çimento, petro-kimya, lastik, otomobil ve dayanıklı tüketim malları alanlarında başarılı olabilmek genellikle büyük işletme olmayı gerektirmektedir.

Dünya piyasalarında giderek artan rekabet, işletmelerin hızlı ve önemli teknolojik yatırımlar yapmasını gerektirmektedir. Yerel pazarda sektörün yerli veya yabancı devleriyle rekabet eden veya yabancı ülkelerde üretim veya pazarlama faaliyeti yürüten işletmeler rekabet savaşında güçlü olabilmek için nicelik açısından büyümek zorundadır. Büyük işletmelerin sayıları küçük ve orta ölçekli işletmelere göre az da olsa ülke ekonomilerinde motor işlevi görmektedirler.

Büyük işletmelerin özellik ve üstünlükleri şöyle sıralanabilir:

- a.** Üretilen mal ve hizmetin nicelik ve niteliği artar. Teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan yeni makina ve araçların satın alınması büyük işletmelerin sermaye gücüyle sağlanabilir. Yeni teknolojilerle daha ucuz ve kaliteli mallar tüketiciye sunulur.
- b.** Büyük işletmelerde işbölümü ve uzmanlaşma geniş ölçüde uygulanır. Rasyonel bir yönetim anlayışı benimsenir. Kararlar çoğu kez birden çok yönetici tarafından ve demokratik biçimde alındığından daha etkindir.
- c.** İşlerin ve üretilen malların standardizasyonu kolaylıkla sağlanır.
- d.** Büyük işletmelerin kredi sağlama imkanları oldukça geniştir.

İşletmeler büyüdükçe karşılaştıkları sorunlar ise şu şekilde sıralanabilir:

- a.** Artan üretimin tüketicilerin sürekli değişiklik gösteren isteklerine uydurulması güçleşir. Üretim programlarının değiştirilmesi zor olur ve zaman alır.
- b.** En üst basamaklarda bulunan genel müdürler, müdürler, bütün bölümleri kapsamı gereken genel ve tarafsız görüşlerini yitirirler.
- c.** Büyük işletmelerde çalışanların görevlerini ve yetkilerini sınıflandırmak, aralarında yetki ve sorumluluk açısından basamaklar oluşturmak yorucu örgütlenme çalışmalarını gerektirir.

İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl 'Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu' adıyla yayınlanan sıralama ülkemizin en büyük işletmeleri ile ilgili bilgi vermektedir. Bu araştırmanın 2017 yılı sonuçlarına göre, sanayinin zirvesinde 51.143.020.471 TL üretimden satışları ile Tüpraş birinci sırada, Ford Otomotiv ikinci sırada, Toyota Otomotiv ise üçüncü sırada yer almaktadır.

| BİRİNCİ 500 BÜYÜK KURULUŞ SIRA NO | | KURULUŞLAR | ÜRETİMDEN SATIŞLAR (NET) (TL) |
|-----------------------------------|------|--------------------------------------------------|-------------------------------|
| 2017 | 2016 | | |
| 1 | 1 | TÜPRAŞ-Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş. | 51.143.020.471 |
| 2 | 2 | Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | 22.669.355.014 |
| 3 | 6 | Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye A.Ş. | 17.830.449.851 |
| 4 | 3 | TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | 15.911.044.439 |
| 5 | 4 | Oyak-Renault Otomobil Fabrikaları A.Ş. | 15.673.395.350 |
| 6 | 15 | Arçelik A.Ş. | 12.582.252.953 |
| 7 | 10 | İskenderun Demir ve Çelik A.Ş. | 10.623.490.800 |
| 8 | 11 | Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş. | 9.920.840.201 |
| 9 | 9 | İçdaş Çelik Enerji Tersane ve Ulaşım Sanayi A.Ş. | 9.307.530.883 |
| 10 | 8 | Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. A.Ş. | 8.361.235.000 |

Tablo 2: Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2017**7.3. Pazar Alanlarına Göre İşletmeler**

İşletmeler hitap ettikleri pazar alanlarına göre sınıflandırıldığında başlıca dört grupta ele alınabilir. Ulusal işletmeler, bir ülkenin yerel pazarında faaliyette bulunurlar. Uluslararası işletmeler, kuruluş merkezinin bulunduğu ülke dışına yönelik olarak çalışırlar. Çokuluslu işletmeler ise çok fazla sayıda ülkeye yönelik olarak faaliyette bulunurlar. Küresel işletmeler ise dünya pazarına hitabeden işletmelerdir.¹⁵⁷

7.3.1. Ulusal İşletmeler

Bu tür işletmeler bir ülke sınırları içinde üretim ve pazarlama faaliyetinde bulunan işletmelerdir. Genel olarak yerel ihtiyaçları karşılamaya yönelmişlerdir. Bu şirketler, gerek sermaye, gerek yönetim yapısı olarak kendilerini uluslararası alanda çalışmaya yeterli görmediklerinden; ya da buldukları pazarda iyi bir yere sahip olduklarından uluslararası pazarlarla ilgilenmemektedirler.

Bir şirket yerel pazarı ile yetinmeyip uluslararası pazarlara açılmaya karar verdiği zaman uluslararasılaşma süreci başlamaktadır. Bu sürecin başlangıcında olan işletmeler uluslararası işletme olarak adlandırılırken, uluslararası işletmecilik alanına daha yoğun biçimde girmiş, çok sayıda ülkede faaliyetleri olan işletmeler sırasıyla çokuluslu işletme ve küresel işletme olarak adlandırılabilir.¹⁵⁸

7.3.2. Uluslararası İşletmeler

Uluslararası işletmeler, dış ülkelerde faaliyet göstermekle beraber, dışarıda sınırlı yatırımları olan işletmelerdir. Bu tür işletmelerin faaliyetleri en az iki ülkenin sınırları arasında gerçekleşmektedir. Uluslararası işletmenin herhangi bir ülkede bir ana işletmesi ve çeşitli ülkelerde de birbirine koordine edilmiş üretim ve satış birimleri vardır.

7.3.3. Çokuluslu İşletmeler

Çokuluslu işletme, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gelişen ve özellikle 1960'lardan sonra ağırlık kazanan bir işletme türüdür. Yabancı ülkelerde yapılan üretim, elde edilen kâr miktarı veya çalışan personel sayısı, toplam üretimin, kârın veya personelin önemli bir miktarını oluşturuyorsa (%25-30 veya daha fazla) bu tür işletmeler **çokuluslu işletme** sayılır. Çokuluslu işletmeler ölçek olarak uluslararası işletmelerden daha büyüktürler ve kendilerine özgü nitelikleri vardır.¹⁵⁹

a. Sermaye payları iki veya daha çok ülkeye dağılmıştır.

b. Üst kademe yöneticileri ana merkez tarafından belirlenir, bu yöneticiler çeşitli uluslardan olabilir.

- c. Her ülkedeki birim belli bir bağımsızlık içinde çalışır, ancak uzun vadeli amaç ve politikalar genel merkezde oluşturulur.
- d. Üretim birden fazla ülkede yapılır ve toplam üretim içinde önemli bir oran bu dış ülkelerde gerçekleştirilir.
- e. Yatırımların finansmanında uluslararası sermaye piyasalarından düşük faizle kredi sağlanır.

Çokuluslu işletme, çeşitli ülkelerde yer alan, mülkiyeti kısmen ya da tamamen kendisine ait olan, üretici ya da pazarlamacı bağlı kuruluşlardan oluşan bir şebekeye sahiptir. Bağlı kuruluşlar, ana şirkete ve birbirlerine ortak mülkiyet ve stratejilerle bağlıdırlar. Ana şirket, bağlı kuruluşları, her birine dağıttığı kaynaklar(sermaye, teknoloji, patent ve beşeri kaynaklar gibi) ve her birinin plan ve bütçelerini onaylama hakkı aracılığıyla kontrol eder.¹⁶⁰

İlk çokuluslu işletme, Hollandalı “Unie Margarin” ile İngiliz “Lever Brothers” şirketlerinin birleşmesiyle 1929’da ortaya çıkan “Unilever” olup, bugün bu şirket dünya devlerinden biridir. Shell, Apple, Coca Cola, Sony, Siemens, Ford, Nestle önde gelen çokuluslu işletmelerden bazılarıdır.¹⁶¹

7.3.4. Küresel İşletmeler

Dünya ticaretinin hızla gelişmesi, her gün yeni mal ve hizmetlerin piyasaya sunulması, üretimin daha ucuz ve daha kaliteli yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Artık pazardaki rekabet uluslararası olmaktan çıkmış, çok daha karmaşık ve küresel hale gelmiştir. Böyle bir ortamda faaliyette bulunan **küresel işletmeler**, hammaddeyi en uygun koşullarla herhangi bir ülkeden temin etmekte, işçiliği ucuz olan başka bir ülkeden sağlamakta, ortaya çıkan mamulü ise yine başka bir ülkenin pazarında satışa sunabilmektedirler. Yani bütün dünyayı faaliyet alanları olarak görmekte ve stratejilerini ona göre belirlemektedirler¹⁶² . Küresel şirketler uluslararası işletmelerin aksine, dünya üzerinde çok sayıda ülkede, ileri derecede koordine edilmiş ve bütünleştirilmiş tek bir strateji ile faaliyet gösteren firmalardır.¹⁶³

Fortune Dergisi her yıl dünyanın en büyük şirketleri sıralaması yapmaktadır. 2017 yılının Fortune Global 500-2017 Listesinde yer alan en büyük ilk on şirketi aşağıdaki Tabloda görülmektedir. Bu listeye göre dünyanın en fazla gelir elde eden şirketi 486 milyar dolarla Wal-Mart şirkettir. Türk şirketlerinden sadece Koç Holding, 27,108 milyar \$ gelire Fortune Global 500-2017 listesinin 435. sırasında yer almaktadır.

| Sıra | Şirket | Ülke | Sektör | Gelir (Milyar USD) |
|------|---------------------------------|----------|-----------|-----------------------|
| 1 | Walmart Stores | A.B.D. | Perakende | \$486 |
| 2 | State Grid Corporation of China | Çin | Enerji | \$315 |
| 3 | Sinopec | Çin | Petrol | \$268 |
| 4 | China National Petroleum | Çin | Petrol | \$263 |
| 5 | Toyota Motor | Japonya | Otomotiv | \$255 |
| 6 | Volkswagen | Almanya | Otomotiv | \$240 |
| 7 | Royal Dutch Shell | Hollanda | Petrol | \$240 |
| 8 | Berkshire Hathaway | A.B.D. | Holding | \$240 |
| 9 | Apple | A.B.D. | Teknoloji | \$216 |
| 10 | Exxon Mobil | A.B.D. | Petrol | \$205 |

Tablo 3: Fortune Global 500-2017 Listesinde Yeralan İlk 10 Şirket

Kaynak: <http://fortune.com/global500/>

7.4. Sermaye Sahipliğine Göre İşletmeler

İşletmenin ait olduğu kuruluşa ya da sermaye sahipliğine göre bir sınıflandırma yapıldığında, özel işletmeler, kamu işletmeleri ve karma işletmeler söz konusu olmaktadır.

7.4.1. Özel İşletmeler

Sermayesi özel kişilere ait olan işletmelerdir. Bu işletmelerde başta gelen amaç kâr etmektir. Bu tip işletmelerin kâr ya da zarar etmesi yalnızca sahiplerini ilgilendirir. Etrafımızdaki işletmelerin büyük çoğunluğunu bu tip işletmeler oluşturmaktadır .

7.4.2. Kamu İşletmeleri

Kamu işletmelerinde sermayenin yarısından fazlası devlete aittir. Belediyeler tarafından da kurulabilmektedir. Bu tip işletmelerin amacı kâr etmekten çok, topluma hizmet etmektir. Bu bakımdan üretilen mal veya hizmetin değeriyle elde edilen kazanç arasında her zaman denge sağlanamaz. İşletmenin zararını devlet ya da belediye karşılar. Demiryolları, posta idaresi bu işletmelere örnek olarak verilebilir.

Kamu işletmeleri piyasa koşullarına her zaman kolaylıkla uyum sağlayamaz, bürokratik yapının ağır çalışması karar almayı yavaşlatarak esnekliği azaltabilir. Buna karşılık, özel işletmelerin ilgi duymadığı, fakat toplum için yerine getirilmesi zorunlu olan mal ve hizmet üretimini gerçekleştirerek kamu işletmeleri önemli bir boşluğu doldurmaktadırlar.

Son dönemlerde devletin kamu işletmelerini özelleştirme yoluna gittiği görülmektedir. Kamu işletmeleri genelde iyi yönetilmedikleri için zarar etmekte, bu da devlete ağır bir yük getirmektedir. Dünyadaki genel eğilim kamu işletmelerinin özelleştirilmesi yönündedir.

7.4.3. Karma İşletmeler

Özel ve kamu işletmelerinin ortak sermaye ile kurduğu işletme türüdür. Bu tür şirketlerde kamu hissesinin % 50'den az olduğu, dolayısıyla yönetimin özel sektörde olduğu görülmektedir. Özelleştirme kapsamında bu tür kuruluşlarda da devlet payının azaldığı görülmektedir .

7.5. Üretilen Mal Veya Hizmetin Cinsine Göre İşletmeler

Üretilen mal veya hizmetin cinsine göre işletmeler üçe ayrılır: Mal üreten işletmeler, hizmet üreten işletmeler ve malların ticaretine aracılık eden işletmeler.

7.5.1. Mal Üreten İşletmeler

Bir işletmenin ürettiği ya da pazarladığı mallar bir başka işletmenin üretim sürecinde gerekli olan özellikleri taşıyabilmektedir. Kimi zaman da üretilen ve pazarlanan mallar direkt olarak son kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek özellikler taşımaktadır¹⁶⁶ .

Sanayi (Endüstri) Malı Üreten İşletmeler

Petro-kimya işletmeleri, rafineriler, demir-çelik işletmeleri gibi kendilerinden sonraki üretici işletmeler için üretim yapan işletmelere endüstri işletmeleri denilmektedir. Genel olarak bu işletmeler, hammadde ve malzemeyi üretim sürecinde şekil, fiziki nitelik ve kimyasal özellik yönünde değişikliğe tabi tutarak yeni ve farklı mal haline dönüştürmektedirler.¹⁶⁷ Mesela Ereğli Demir Çelik Fabrikaları (Erdemir), kendinden sonraki işletmelerin üretimde bulunabilmeleri için çok değişik miktar ve kalitede demir ve çelik üretmektedir.

Tüketim Malı Üreten İşletmeler

Bu tür işletmeler genelde kendinden sonraki işletmeler için değil, son tüketiciler için üretim yapan işletmelerdir. Mesela, bir ayakkabı fabrikasının yaptığı ayakkabılar, hazır giyim imalatçılarının ürettiği elbiseler bu gruptaki mallara örnek olarak verilebilir. Tüketim malları da iki sınıfta değerlendirilebilir :

a. Dayanıklı tüketim malı üreten işletmeler: Tüketici tarafından uzun süre kullanılan, sıkça satın alınmayan ve genellikle büyük ölçekte harcama gerektiren malları üreten işletmeler bu sınıftadır. Örnek olarak, beyaz eşya olarak tanımlanan buzdolabı, çamaşır makinası, fırın gibi ürünler ya da otomobil, halı, giyim eşyaları verilebilir.¹⁶⁹

b. Dayanısız tüketim malı üreten işletmeler: Burada tüketici tarafından çok sık ve nispeten ucuz fiyata satın alınan, hemen kullanılarak tüketilen malları üreten işletmeler söz konusudur. Her türlü yiyecek-içecek maddeleri, sabun, diş macunu gibi temizlik maddeleri üreten şirketler örnek olarak verilebilir.

7.5.2. Hizmet İşletmeleri

Hizmet işletmeleri, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla öncelikle hizmet üreten ve satan iktisadi birimlerdir. Hizmet kavramı soyut bir nitelik taşıdığından, faaliyet alanı hizmet üretmek ve pazarlamak olan kuruluşları tanımlamak birtakım güçlükler taşımaktadır.

Hizmet sektörü çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenle hizmet işletmeleri çok sayıda ve değişik alanlarda faaliyet göstermektedirler. Bunlar; konaklama işletmeleri, eğlence hizmetleri, bakım hizmetleri, özel sağlık hizmetleri, özel öğretim ve eğitim hizmetleri, danışmanlık hizmetleri, sigorta ve finans hizmetleri, taşıma ve iletişim hizmetleri gibi çok geniş bir alanda faaliyet göstermektedirler. Oteller, emlakçılar, spor kulüpleri, sinemalar, konser salonları, restoranlar, kuru temizlemeciler, kuaförler, tamirciler, doktor, avukat, eğitim kurumları, bankalar, döviz büfeleri, oto kiralama şirketleri, seyahat acentaları, posta ve telefon işletmeleri, kamu kurum ve kuruluşları, vakıflar ve belediyeler hizmet üreten kuruluşlar içinde yer almaktadır¹⁷⁰.

7.5.3. Ticaret İşletmeleri

Ticaret işletmeleri, toptan ve perakende ticaret yapan işletmelerdir. Bu işletmeler, malların üreticiden tüketiciye ulaşmasını kolaylaştırmakta, aracı rolü üstlenmektedirler. Toptancı işletmenin fonksiyonu, satın almak, satmak, depolamak, finansman sağlamak ve teslimidir. Perakendeci işletmenin fonksiyonu da, satın almak, depolamak ve satış hizmeti sağlamaktır.

Uygulamalar

- Seçtiğiniz birkaç işletmeyi sınıflandırma kriterlerine göre değerlendiriniz.
- Her bir sınıflandırma grubu için örnekler veriniz.

Uygulama Soruları

- İşletmelerin sınıflandırılması hangi açılardan yarar sağlamaktadır?
- Aynı türdeki işletmelerin üye oldukları ortak kurumlar var mıdır?

Bölüm Özeti

Sınıflama bir konunun bilimsel nitelik kazanması bakımından çok önemli olup çeşitli şekillerde yapılabilir. İşletmeleri de farklı şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Bu konuda yazılmış kaynaklara bakıldığında genel olarak sekizli bir sınıflamanın olduğu görülmektedir: faaliyet konuları bakımından işletmeler, büyüklükleri bakımından işletmeler, pazar alanlarına göre işletmeler, sermaye sahipliğine göre işletmeler, üretilen mal veya hizmetin cinsine göre işletmeler, hukuki durumuna göre işletmeler, işletmelerarası anlaşmalar bakımından işletmeler. Bunların altında da çeşitli başlıklar olup Türk Ticaret Kanunu, Kooperatifler Kanunu, Vakıflar Kanunu gibi kanunlarda bu türden işletmelerin kuruluş ve işleyiş şartları belirtilmiştir.

¹⁵² İsmet MUCUK, Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2011, s.43

¹⁵³ S. Kadri MİRZE, İşletme, Literatür Yayınları, İstanbul, 2010, s.60

¹⁵⁴ http://www.kosgeb.gov.tr/UserFiles/File/kobi_tanimi.pdf

¹⁵⁵ S. Kadri MİRZE, a.g.e., s.61

¹⁵⁶ S. Kadri MİRZE, a.g.e., s.62-63

¹⁵⁷ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, İşletme Yönetimine Giriş, Beta Basım Yayın, İstanbul, 1999, s. 73

¹⁵⁸ Esra NEMLİ ÇALIŞKAN, Uluslararası Yönetim: Stratejik Bir Yaklaşım, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2011, s. 9

¹⁵⁹ İsmet MUCUK, a.g.e., s.48-49

¹⁶⁰ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.74

¹⁶¹ Esra NEMLİ ÇALIŞKAN, Uluslararası Yönetim: Stratejik Bir Yaklaşım, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2011, s. 11

¹⁶² Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.74-75

¹⁶³ Esra NEMLİ ÇALIŞKAN, Uluslararası Yönetim: Stratejik Bir Yaklaşım, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2011, s. 12

¹⁶⁴ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.76

¹⁶⁵ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.77

¹⁶⁶ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.75

¹⁶⁷ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.75

¹⁶⁸ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.75

¹⁶⁹ Güngör ONAL, Temel İşletmecilik Bilgisi, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2000, s.53.

¹⁷⁰ Ömer DİNÇER, Yahya FİDAN, a.g.e., s.76