

A

AB -Avrupa Birliği:- Barış, istikrar ve kalkınma temelli bir projedir. Avrupa'yı değiştiren üç sözleşme: 1. Roma, 1958 (AET), 2. Maastricht, 1993, 3.Lizbon, 2009. AB. 1957 senesinde Avrupa Ekonomik Topluluğu adıyla kurulan ekonomik bütünleşmeyi gerçekleştirdikten sonra Avrupa Topluluğu ismini alan ve 1992 senesinde Maastricht Anlaşması ile Avrupa Birliği'ne dönüşen, üye devletlerarasındaki siyasal ve hukuki birleşmeyi hedefleyen birliktir. Avrupa Birliği barışı korumak ve ekonomik ve sosyal ilerlemeyi pekiştirmek gayesi ile bir araya gelmiş 15 Üye Devletten oluşur. Birliğin içinde ortak kurumları bulunan üç Topluluk yer alır. Bunların içinde ilk kurulanı (1951 tarihli Paris Antlaşması'yla) Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) olmuştur. Daha sonra (1957 tarihli Roma Antlaşması'yla) Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu kurulmuştur. Topluluklar bu sürecin sonunda Üye Devletlerarasındaki bütün iç sınırları kaldırarak tek bir pazar kurmuşlardır. 1992'de Maastricht'te imzalanan Avrupa Birliği Antlaşması ile ekonomik ve parasal birlik doğrultusunda ilerleyen ve belirli alanlarda hükümetler arası işbirliğini içeren bir Avrupa Birliği tesis edilmiştir. Birliği yöneten kurumlar şunlardır: 1. Doğrudan seçimle oluşturulan Avrupa Parlamentosu, 2. Üye Devletleri temsil eden ve Bakanlardan oluşan Avrupa Birliği Konseyi, 3. Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi, 4. Yürütme organı olarak Avrupa Birliği Komisyonu, 5. Topluluk hukukuna uygunluk denetimi yapan Adalet Divanı ve 6. Birliğin Mali yönetimini denetleyen AB Sayıştay / Ayrıca ekonomik, sosyal ve bölgesel menfaat gruplarını temsil eden çeşitli danışma kurulları vardır. Birliğin dengeli gelişimine katkıda bulunan projelerin finansmanını kolaylaştırmak gayesiyle kurulmuş olan bir Avrupa Yatırım Bankası da bulunmaktadır. / Birliğin üye sayısı 1995 senesinde Avusturya, Finlandiya ve İsveç'in katılımıyla on beşe, 2004 senesinde ise Estonya, Litvanya, Letonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Slovenya, Polonya, Macaristan, Malta, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'nin katılımıyla yirmi beşe ve 2007 senesinde Bulgaristan ve Romanya'nın katılımıyla ile 27 ye ve 2013'de Hırvatistan'ın katılımı ile üye sayısı 28'e çıkmıştır. İngiltere'nin 2016 da ayrılması ile 27 olmuştur. European Union, EU / Türkiye, Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'na kuruluşundan hemen sonra tam üye olmak isteği ile Temmuz 1959'da başvuruda bulunmuştur. AET tarafından tam üyelik talebimiz, Türkiye'nin kalkınma düzeyinin tam üyeliğin gereklerini yerine getirmeye yeterli olmadığı gerekçesiyle geri çevrilmiş ancak, tam üyelik şartları gerçekleşinceye kadar geçerli olacak bir ortaklık anlaşması imzalanması önerilmiştir. Bu çerçevede, Türkiye'nin Topluluğa tam üye sıfatıyla katılabilmesi yolunu açan "Ankara Anlaşması" 12 Eylül 1963 tarihinde Ankara'da imzalanmış ve 1 Aralık 1964'te yürürlüğe girmiştir. 1987 senesinde üyelik başvurusunda bulunmuş ve 1999 senesinde adaylık statüsünü alan Türkiye 3 Ekim 2005'te müzakere çerçeve belgesinin kabulü ile resmen tam üyelik müzakerelerine başlanmıştır. Nihai hedefi Türkiye'nin Topluluğa tam üyeliği olan "Ankara Anlaşması", Türkiye-AB ilişkilerini malların serbest dolaşımı ile sınırlamamakta bunun yanı sıra işgücü, hizmetler ve sermayenin serbest dolaşımını sağlamayı, dolayısıyla Türkiye'nin Avrupa Tek Pazarına entegrasyonunu hedeflemektedir. Anlaşmada, "hazırlık dönemi", "geçiş dönemi" ve "son dönem" olmak üzere üç devre öngörülmüştür. Geçiş döneminin sonunda ise Gümrük Birliği'nin tamamlanması planlanmıştır.

Absürt-Saçma

Acente (Yabancı Satış): Bir kuruluşa bağlı olmaksızın sözleşmeye dayanarak belirli bir yer ve bölge içinde sürekli olarak ticarethane veya işletmeyi ilgilendiren işlerde aracılık eden, bunları o işletme adına yürüten gerçek veya tüzel kişi. Yerli üreticinin yurt dışındaki temsilciliğini yapan kişi veya şirkettir. Üretici için yurt dışında satış imkânlarını araştırır.

Açık Piyasa İşlemleri (API) (Open Market Operations): Para politikası uygulaması çerçevesinde, merkez bankaları bünyesinde para miktarının artırılıp azaltılması gayesiyle, Hazine kâğıtlarının alım ve satımının yapılması işlemleridir. Bankalar arası Para Piyasası işlemleri de "Açık Piyasa İşlemleri" kapsamı içerisindedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası bünyesinde bu tür işlemler, Açık Piyasa İşlemleri ve Para Piyasası Müdürlükleri tarafından yürütülmektedir. /Merkez Bankası (MB) para değerinde kararlılık sağlamak gayesi ile girdiği piyasa işlemleridir. MB, piyasaya hazine bonosu veya tahvil satarak para hacmini daraltabilir veya alım yaparak genişletebilir.

Açık Pozisyon (Short Position): Döviz, altın, menkul kıymet gibi, bir finansal araç üzerinden sahip olunan varlıkların aynı cinsten yükümlülükleri karşılayamayan kısmıdır. 10 milyon USD yükümlülüğe karşı 5 milyon USD varlık bulunduruluyorsa aradaki 5 milyon USD, açık USD pozisyonunu ifade eder.

Adab-ı muâşeret: 1-İnsanlara karşı edepli olma, insanca ve İslâmca yaşama adabı. 2-Görgü kuralları.

Adapte etmek-Uyum sağlamak

Adil olmayan gelir dağılımı: İngiltere merkezli uluslararası yardım kuruluşu Oxfam'ın, Küresel Servetin Dağılımı ve Gelir Adaletsizliği başlıklı son araştırmasında, küresel servetin gün geçtikçe daha küçük ve daha varlıklı elit bir grubun elinde toplandığı ve zengin ve fakir uçurumunun büyüdüğü ifade ediliyor. Rapora göre, 2014 senesinde dünyanın en zengin yüzde 1'i toplam küresel servetin yüzde 48'ine sahip, kalan yüzde 99'una yalnızca yüzde 52'si bırakılmıştır. En zengin yüzde 20'nin, dünyanın geri kalan yüzde 80'ine bıraktığı servet ise küresel servetin yüzde 5,5'idir. Yine raporda, 2014 senesinin ortasında dünyadaki yetişkin nüfusun yüzde 70'inden fazlası yani 3,3 milyar kişinin mal varlığı 10 bin doların altında. Raporda, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde zengin ve fakir arasındaki gelir eşitsizliğinin yüzde 70'ten fazla olduğu belirtiliyor.

Adil Ticaret Hareketi: Dünya ülkelerindeki üreticilere geçebilecekleri fiyat düzeyi veya bunun altında yapılan ödemeler gelişmiş ülkelerde gıda dağıtım zinciri ve zengin perakendecilerin elde ettikleri kârlar karşılaştırıldığında, geri kalmış ülkeler ile büyük bir ekonomik güç dengesizliği ve eşitsizlik göze çarpmaktadır. Az gelişmiş ve gelişmiş

ülkeler arasında az gelişmiş ülkeler aleyhine adil ve eşit olmayan bir ticaret yaşanmaktadır. Bu adaletsizliği ve uçurumu nispeten düzeltmek için yapılan faaliyetlere Adil Ticaret Hareketi denilmektedir.

Ad-İsim

Adisyon-Hesap fişi

Ağ (şebeke) organizasyonlar; bir mal veya hizmeti üretmek için iki veya daha fazla kuruluşun aralarında işbölümüne giderek uzun süreli işbirliğine yönelmeleriyle ortaya çıkan bir modeldir. Ağ organizasyonlar, ülkelerin ekonomik ve siyasi eğilimleri ile ekonomik sınırların ortadan kalkmasının bir sonucudur. Bu organizasyonun temel özelliği; bir mal veya hizmeti üretebilmek için yapılması gereken iş ve faaliyetlerin ve bunun için gerekli olan kaynakların tek bir işletmenin bünyesinde toplanması yerine farklı işletmelere dağıtılmış olmasıdır.

Ağ Pazarlaması (Network marketing, sanal (siber) pazarlama, e-ticaret, (elektronik ticaret) e- pazarlama): World Wide Web (WWW) aracılığıyla; mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden online olarak yapılmasıdır.

Ağnam Resmi: Osmanlı Devleti'nde hayvan (davar = koyun, keçi) sahibi Müslümanlardan alınan 1/10 oranındaki vergidir. Bu vergi Osmanlı Devleti'nin tekâlif-i örfiye gelirlerinden biridir.

Ahilik; Anadolu'da XIII. yüzyılda görülmeye başlayan, Selçuklu devletinin yıkılma dönemine girmesinden sonra sosyal düzeni sağlamada ve Osmanlı Devletinin kurulmasında büyük rolü olan bir tür meslek ve dayanışma organizasyonudur. Batıdaki lonca tipi organize olmanın benzeridir. Kardeşlik esasına dayanan ahilik teşkilatının kurucusu 1171–1262 seneleri arasında yaşayan Ahi Evran, Horasan'dan Anadolu'ya göç etmiş, önce Kayseri ve bilahare Kırşehir' e yerleşmiş ve orada Ahiyan (kardeşler) ve hanımı da Bacıyan (bacılar) olarak ifade edilen mesleki teşkilatı kurmuşlar. 13. Yüzyılda yerleşik Bizans esnafıyla rekabet edebilmek için Müslüman esnafın kendi aralarında oluşturdukları bir nevi dayanışma sistemi olan “ortasandık” uygulaması bir ahilik uygulaması olarak görülmektedir. Esnaf sandığı ve esnaf kesesi olarak bilinen “Ortasandık” esnafın kendi arasında yardımlaşmak gayesiyle oluşturduğu bir finans sistemi olarak; üyelerin bağış ve aidatları ile biriken fon zora düşen ve çıraklık ve kalfalık safhalarını geçerek ustalığa yükselip de kendi işini kurmak isteyenlere faizsiz olarak kullanılan sermayedir. **Ahlâkî eğitimi kazandırmak için Ahilikte şu metotlar uygulanmıştır:** 1. Tedrici, 2. İsticvab, 3. Örnek şahsiyetler gösterme, 4. Nasihat etme, 5. Telkin, 6. Darb-ı Mesel, 7. Emr-i bi'l-maruf, nehy-i an'il-münker, 8. Semâ.

Ahlâk (etik-törel); insanın toplum içinde bir hedefe dönük kendi arzusu ile iyi veya kötü olarak nitelendirilmesine sebep olan manevî vasıfları, huyları ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlarının bütününe denir. Diğer bir ifade ile **ahlâk;** insanların toplum içindeki davranışlarını ve birbirleriyle ilişkilerini düzenlemek ve diğer insanların davranışlarını olumlu veya olumsuz şekilde değerlemede kullanılan ölçüler toplamıdır. **Ahlâk** ve **etik**, eş anlamlı olarak kullanılmakta; etik kelimesi Latince kökenli olup, ahlâk bilimi anlamına gelmekte, ahlâk ise Arapça kökenli bir kelimedir. Ahlâk kelimesi, huy, seciye, mizaç, tabiat ve karakter gibi, manaya gelen hulk veya hulûk kelimesinin çoğulu olarak insanın beden ve ruh bütünlüğü ile alâkalıdır. Ahlâkın temelinde kaynağı olarak ahlâkı belirleyen birtakım faktörler bulunur. Kaynaktan kast, ahlâk kurallarını belirleyen ve öğreten kaynağın ne olduğudur. Geçmişten günümüze gelen görüşlere göre ahlâk kurallarının ne olduğu ve neye dayandığı, kaynağının ne olduğu kişiden kişiye ve toplumdan topluma değişebilir. Bu konuda insanlık tarihi boyunca ortaya konan üç temel tez bulunmaktadır. **Birinci tez**, ahlâkı insanın hem yaratılışı, tabiatı veya fitrat kanunları anlamında, hem de peygamberler aracılığıyla gönderilen vahiy kaynaklı kurallar anlamında kabul eden dinlerin tezleridir. **İkinci tez** ise ahlâkı akıl referanslı olarak ele alan, onu hem bir metafizik hem de pratik bir insani olgu olarak gören farklı felsefe doktrinlerinin tezleridir. **Üçüncü tez** ise, ahlâkın topluma dönük yönü üzerine geliştirilen antropolojik ve sosyolojik teorilerdir. Ahlâkın çelişkisiz temel kaynağı din ve dinin fitrata uygun geliştirdiği vicdandır. Kaynağı din olmayan ve insanlar tarafından konmuş ahlâk kurallar, onun sosyal ve manevi yaptırımının etkisini azaltır, gittikçe kutsal değerlerden uzaklaştırır ve insanı bencilleştirerek yozlaştırır. Dini anlamda ahlak, bir toplumda kabul edilen doğrudan veya dolaylı olarak ilahi kaynaklı belli kurallar topluluğunu ifade ederken; felsefenin bir dalı olarak etik ise, ahlâki kavramların çözümlenmesi için, rasyonel, mantıki ve teorik temelleri bulmaya çalışır. Bu sebeple de farklı bilimlere göre farklı ahlâk anlayışları ortaya çıkmaktadır. Ahlâkın farklı kaynakları ile birlikte zamanımızda onu besleyen ve sürekli geliştiren kaynaklar açısından bakıldığında bunları aşağıdaki gibi, sıralayabiliriz. **Ahlâkın temel kaynakları:** **Din:** İbadet, itaat, iman, takva, ahlak, tevhit, boyun eğme gibi, anlamları içine alan, kaideleri Allah tarafından belirlenen ve peygamberler vasıtasıyla insanlara tebliğ edilen, insanlara dünya ve ahirette saadet yollarını gösteren sistem olarak ahlâka temel kaynaklık teşkil eder. **Örf:** Kanuni olarak belirlenmediği halde, halk tarafından alışkanlık olarak uyulan, bulunulan yere ve hâllerin icabına göre teşekkül eden, akla aykırı olmayan, dini olarak kötü karşılanmayan davranışlar olarak; ahlâki kuralların belirlenmesi ve gelişmesine önemli katkı sağlar. Örf, her halükarda hem akli hem de dini anlamda güzel olan şeyleri tanımladığı için iyi veya kötü olarak ayrılmaz. **Adet (teamül):** İslam hukukundaki anlamı ile insanlar tarafından alışkanlıkla yapılan şeylerdir. Bu âdeti fazlaca genel yapar ve âdetin mutlaka iyi veya güzel olması gerekmez. Alışkanlıkla yapılan davranışlar iyi ve kötü ahlaki kurallar olarak isimlendirilir ve bu anlamda teamüller ahlaki kurallara kaynaklık teşkil eder. **Töre:** Bir toplum hayatı içerisinde zamanla benimsenmiş, yerleşmiş ve hayat tarzlarının, kurallarının, gelenek ve göreneklerinin, ortak alışkanlıkların ve tutulan yolların tamamı olarak; ahlâki kurallara güncel büyük katkılar sağlamaktadır. **Gelenek ve görenekler:** Bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa aktarılan, yaptırım gücü olan kültüre dair unsurlar içeren kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar olarak; ahlâki kurallara kaynaklık teşkil eder. Toplum hayatında kuşaktan kuşağa geçen, toplum üyeleri arasında manevî bağları güçlendiren her çeşit kültürel değer, alışkanlık, töre, görgü, bilgi ve anane olarak ifade edilir. **Ahlâk ve hukuk**

kuralları arasındaki temel fark; ahlâk kurallarının dağınık, organize olmamış nitelik taşımaya mukabil, hukuk kurallarının toplu, organizeli ve sistemli olmasıdır. Ahlâkın asıl yaptırımını vicdan olmasına mukabil, hukukun devletin gücü ile uygulanan maddi zorlayıcı yaptırımları vardır.

Aile Statüsü: Aileyi oluşturan fertlerin sayısı, yaşı kısaca ailenin bulunduğu aşama olarak ifade edilir.

Aile Yaşam Eğrisi: Ailedeki kişilerin zaman içerisinde yaşlanması ile ortaya koyduğu gelişmenin seyridir.

Aile: Kan bağılılığı, evlilik ve diğer kanuni yollardan aralarında akrabalık ilişkisi bulunan ve çoğunlukla aynı evde yaşayan kişilerden oluşan, fertlerinin muhtelif ihtiyaçlarının, çevreyle ilişki ve katılımlarının birlikte düzenlendiği toplumsal bir birimdir. Aile: Ana, baba, çocuklar ve tarafların kan akrabalarından meydana gelmiş, ekonomik ve toplumsal bir kurumdur.

Ajitasyon: Dışarıdan bir hareket ile insan davranışlarını yönlendirmek için duygu iletişimi yöntemiyle gerçekleştirilen, geçici bir etkiye yol açan isteklendirme etkinliği.

Akran eğitimi; bir hocanın sınıfta öğrencilere dikta ederek verdiği hiyerarşik eğitimin alternatifi olarak; ehil bir yöneticinin nezaretinde bir sınıf ortamında birlikte görülen eğitim modelidir.

Akreditasyon: Belgelendirme kuruluşları, laboratuvarlar, muayene ve deney kuruluşlarının belirli görevleri yapmaya yeterli olduklarının uluslararası kabul görmüş teknik kriterlere göre değerlendirilerek, belgelendirilmesi faaliyetidir. Akreditasyon: Bir ürünün veya hizmetin, piyasanın talep ettiği şartlara, standartlara, yönetmeliklere uygunluğunu göstermek üzere o ürün için yapılan deney, analiz, muayene ve belgelendirme işlemlerini yapan kuruluşların resmî bir otorite tarafından uluslararası kriterlere göre denetlenerek, teknik ve idarî yeterliliklerin onaylanması ve belli aralıklarla denetlenmesi işlemine akreditasyon denir.

Akreditif: Bir bankanın şarta bağlı ödeme garantisi olarak tarif edilebilir. Burada akreditif bankanın ödemesi taahhüt ettiği bir kredi mektubu olmaktadır. İhraç edilen malların bedelleri genellikle akreditif denilen kredi mektupları aracılığıyla yapılır. İthalatçı firma, kendi bankasına emir vererek, almayı kararlaştırdığı malın karşılığını, ihraç eden firmanın bankasına bir ödemeyi taahhüt ettiğini bildirir. İşte bu taahhüdün yapıldığı belgeye "akreditif" ya da "kredi mektubu" denir. Bu şekilde ihracatçı firma malı ihraç ettikten sonra, ödemenin yapılacağını garanti etmiş olur. Kredi mektubunda, ihraç edilecek (ithal edilecek) malların özellikleri ve diğer şartlar da esasa bağlanabilir. Mesela; ihraç sırasında hazırlanacak ve ithalatçı firmaya gönderilecek menşe şahadetnamesi, ambalaj şekli, malın kaç partide ve hangi aralıklarda gönderileceği kredi mektubunda belirtilebilir. Bu durumda kendi bankası, belirtilen hususlara uymaması halinde, ödemenin garanti edilemeyeceğini belirterek ihracatçıyı uyarır. İhracatçı, malı ihraç ettikten sonra, akreditifte belirtilen hususları yerine getirdiğini kendi bankasına belgeler. Banka bunları ithalatçının bankasına ulaştırır. Bu şekilde uyuşma sağlandıktan sonra kredi mektubunda yazılı karşılık satıcının bankasına transfer edilerek ödeme gerçekleştirilir. Akreditif geri çevrilebilir (kabili rücu) veya geri çevrilmeyen (gayri kabili rücu) olmak üzere iki şekilde açılabilir. Geri çevrilebilen akreditif türünde, ihracatçı firmaya herhangi bir uyarıda bulunulmaksızın açılan kredinin durdurulabileceği veya şartlarının değiştirilebileceği taraflarca kabul edilmektedir. Bu tür akreditif satıcı firmaya yeterli güvence sağlamadığı için fazlaca benimsenmez. Geri çevrilemeyen mektup türü daha fazla kullanılan türdür. Satıcı firma belli şartlara uyduğu takdirde mektubun iptal edilemeyeceği veya değiştirilemeyeceği taraflarca bilinir.

Aksine-Tersine-Bilakis

Algı-İdrak

Algılama (farkındalık, idrak etme); kişinin; tatma, koklama, duyma, dokunma ve görme gibi, beş duyu yardımıyla dış dünyayı tanımak veya çevresinde kendisiyle ilgili gördüğü bir nesnenin varlığını fark etmesi, idrak etmesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca insan bu beş duyuya ilave olarak görülmeyen ve önsezi olarak da ifade edilen; (1)akıl, (2)hayal, (3)hafıza, (4)zan (vehim), (5)sahiplenme (kullanma), (6)sürükleyen (sevk eden) ve (7)arzulama gibi, yedi duyu (hasse) yardımı ile algılaması gelişir. Kişi dünyayı; tüm bu duyu ve duyu organlarıyla algılar. Bu yüzden, görsel algı, işitsel algı ve diğerleri gibi, her duyguya ait algılardan bahsetmek mümkündür. **Algılama:** Beş duyu yardımıyla dış dünyayı tanımak veya kişinin çevresinde kendisiyle ilgili gördüğü bir nesnenin varlığını fark etmesidir. Yani, bir olayı veya bir nesnenin varlığını duyu organlarıyla algılamak, idrak etmektir.

Alış – Satış Farkı (Spread): İşlem gören herhangi bir kıymetin, alış ve satış fiyatı arasındaki farkı ifade eder. **Alış (Bid):** Piyasa katılımcılarının, piyasada işlem gören değerleri (döviz, menkul kıymet gibi,) almaya istekli oldukları fiyattır.

Alt kültürler ise, genellikle büyük organizasyonlarda görülür ve çalışanların karşılaştıkları ortak meseleleri, durumları veya tecrübeleri yansıtır ve bu alt kültürler coğrafi olarak ayrımlarda veya bölümlerin görevlendirilmesi sırasında ortaya çıkar.

Altın para, kâğıt para, kaydî para, e-para çeşitlerinin içerisinde üstünlüğünü hiç kaybetmeyen, her şekli ile değerini koruyan tartışmasız altındır. Önceleri kâğıt para, kasadaki altına endekslî iken 1971'de bundan vazgeçilmiştir.

Ekonomisi, siyaseti ve kültürü güçlü olanın parası da güçlü oluyor. İletişim ve bilgisayardaki gelişmeler ticarî hayatta bilinen parayı, elektronik para (e-para) konumuna getirdi. Böylece kontrol edilebilen, harcamaların kayıt altına alınabilen durumuna geldi. Mobil telefonlar ile her türlü harcamanın yapılması yaygın olan kâğıt paranın devrinin bittiğini e-para devrinin başladığını yavaş yavaş gösteriyor. Dünyanın, ekonomik, siyasi ve sosyal açıdan sulh ve sükûneti için; paranın altın, altının para olarak kullanımını yeniden dönmelidir. Kâğıdın para olma özelliği kendisinde yoktur, itibarlığındandır, altının ise para olma özelliği bizzat yapısındanadır. Değer, değişim ve tasarruf aracı olmaya ise, altın, en lâıyk olanıdır. Bu sebeple itibarî paradan mal paraya yeniden dönmek esasen asla dönmek anlamındadır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası' na göre para basma yetkisi Türkiye Büyük Millet Meclisine ait olduğu belirtilen

yetki ilk olarak, 11 Haziran 1930 tarih ve 1715 sayılı Kanun ile bir anonim şirket olarak kurulan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasına devredilmiştir. Bilindiği gibi, 14 Ocak 1970 tarih ve 1211 sayılı Merkez Bankası Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle birlikte, 11 Haziran 1930 tarih ve 1715 sayılı Kanun yürürlükten kaldırılmıştır. Son olarak, 14 Ocak 1970 tarih ve 1211 sayılı Merkez Bankası Kanunu'nda değişiklik yapan 21 Nisan 1994 tarih ve 3985 sayılı Kanun ile Merkez Bankasının banknot ihracı yetkisine ilişkin süre sınırlaması tamamen kaldırılmıştır. Türkiye'de Türkiye Büyük Millet Meclisine ait olan para basma yetkisi Meclis tarafından süresiz olarak Merkez Bankasına devredilmiştir. Bu doğrultuda, ülkemizde banknot basma ve ihraç imtiyazı tek elden Bankaya aittir. Türkiye'de kâğıt para basma yetkisi Merkez Bankasına verilirken, madeni para basma yetkisi de Hazine Müsteşarlığına bağlı Darphane'ye verilmiştir. Şeffaf bir yapıya sahip olmayan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası; sermayesinin %55-51 arası hazineye ait ve geri kalan kısmının kimlerde olduğu net bilinmeyen anonim şirket olması hasebiyle tam bir devlet bankası değildir. Diğer ortakları, Rotschild hanedanına bağlı uzantılar olduğu iddiaları bile dillendirilmektedir. Merkez bankasının bastığı kâğıt para, " Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası " yazar, aidiyet belirten " i " harfi yoktur. Devlete ait darphanede basılan madeni para ise " Türkiye Cumhuriyeti " yazar, burada aidiyet belirten " i " harfi bulunmaktadır. 11 Haziran 1930 tarihinde bir anonim şirket olarak kurulmuş bulunan Merkez Bankasının temel gayesi, fiyat istikrarını sağlamaktır. Banka ayrıca, finansal sistemde istikrarın sağlanması ve para ve döviz piyasaları ile ilgili düzenleyici tedbirleri almakla da görevlendirilmiştir.

Altın ve Gümüş Sertifikaları: Altın ve gümüşün para olarak kullanıldığı dönemlerde taşıma ve muhafaza zorluğundan dolayı bu madenler bankerlere emanet edilerek karşılığında alınan sertifikaların temsil ettikleri para yerine geçmek üzere mübadelelerde aracı olarak kullanılması ile ilk temsili para ortaya çıkmıştır. Altın ve gümüş sertifikalarının en mühim özelliği, bu belgeleri veren kurumun kasasında % 100 karşılığının bulunmasıdır.

Altyapı: Bir ülkedeki kamu yararına kullanılan ulaştırma, enerji, iletişim gibi, sermaye varlıklarının tümüdür.

Amaç-Gaye

Ambiyans-Hava-ortam

Ambiyans-hava-ortam

Amblem (-ayırmaç, Logo -logotip): Logo, bir işletme ismini ve/veya alamet-i farikasını temsil etmek için kullanılan ticari tasarım veya işaret stilidir. Mesela, Koç Holding'in logosu Koçbaşı şeklinde bir şekildir. Bir ürünün veya firmanın soyut bir kelime olan isminin (markasının) somut hale gelmesi, diğerlerinden şekil olarak da ayırt edilmesi için ambleminin veya logotaypının yapılması gerekir. Latince kökenli olan amblem ve logotayp kelimelerinin dilimizdeki karşılığı **simge ve özgün** yazıdır. Günümüzde her iki kavram ayrı ayrı anıldığı gibi, tek bir kelime olarak logo diye de kullanılmaktadır. **Amblem**, çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir. **Logotayp ise** yazıyla veya çizgi, resim ve yazıyla yapılan işaretlerdir. Her ikisinde de gaye, ismini taşıdığı ürün veya firmayı en özgün şekilde ayırt etmesidir. Amblemler ve logotayplar ilgili şirketin çalışma alanını, kişiliğini şekil ve renkleriyle ifade edebilmelidir.

Amerikan Derin Devleti - Gizli Operasyonlar Birimi: Yaptığı kritik operasyonların hiç birini başkan'a sormayan bir birim olarak Süper NATO'nunda temelini oluşturuyor ve dolayısıyla bu birimin işlediği cinayetler, hazırladığı darbeler, yaptığı provokasyonların gerçek yüzü ortaya çıkarılamıyor. Bu konsept (kavram) NATO kapsamındaki her yerde aynı şekilde uygulanıyor.

Amerikan emperyalizmi; temelde "İngiliz emperyalizmi"nin güdümünde olduğu, dünyayı İngiltere'nin yönettiği, bir eli Amerika'da bir eli de İngiltere'de olan Rotschild ve Rockefeller gibi, "küresel baronlar"ın emrindeki Soros'la sözkonusu devrimlerin yapıldığı yazılmakta. Türkiye'deki darbelerin, devrimlerin ve en son "Gezi parkı olayları"nın, başkaldırı, isyan ve fitne hareketlerinin "Londra'nın Amerika'daki adamları"na organize edilip yönetildiğinden bahsedilmekte. Cevher İLHAN. Yeni Asya

Amortisman Karşılıkları: Sermaye mallarının zaman içinde aşınma, eskime, yıkıma uğrama gibi, sebeplerle elden çıkmasına karşılık olarak ayrılan paydır.

Analitik: Tahlili - Analitik-çözümleyici

Anket: Belli bir konu hakkında oluşan durumu tespit etmek ve veri sağlamak gayesiyle hazırlanan açık veya kapalı uçlu soruları içeren belgedir.

Anons etmek-Duyurmak

Anons etmek-duyurmak

Anti-Damping Vergisi: Dış ticarete bazı ülkelerin ihraç ürünlerinde damping yaparak haksız rekabeti engellemek, ithalatçı ülkenin yerli ürün fiyat dengesini korumak gayesiyle uygulanan gümrük vergisi türüdür.

Anti-Tekel Kanunu: Tüketicilerin aleyhine olmak üzere rekabeti önleyen veya bazen girişimleri yasaklayan kanun, haksız ve kanunsuz monopollerini yasaklayan kanun.

Antrepo: Gümrük Vergisi uygulanacak malların vergi işlemleri sürecinde korunduğu gümrük deposudur. Gümrük vergisine veya yalnız gümrük kontrolüne tabi malların ülkeye giriş, transit veya aktarma için beklemesine ve bu bekleme anında belli işlemlerin yapılmasına izin verilen yerlerdir. Antrepoya giriş, bir vergi yükümlülüğünü kapsamamaktadır; ayrıca malların antrepoya girişteki şekil ve niteliğinin korunması zorunluluğu da söz konusudur. Bu özellikleri sebebiyle antrepo bir gümrük dışı bölge veya sınırlı bir serbest yer sayılmaktadır. Belirli bir gümrük rejiminin uygulama aracı ve yeri olan antrepolar, tüm giriş mallarına açık tutulur.

Antropoloji (İnsanbilim: Beşeriyat: İnsan Tarihi İlimi): İnsan ilgili sosyal, kurumsal ve benzer yapıları sistematik şekilde ve karşılaştırmalı olarak inceleyen bilim dalıdır. **Antropoloji Türleri:** Antropoloji bilimi içinde yer alan değişik dallardır.

Antropoloji; insanın kökenini, evrimini, biyolojik özelliklerini, toplumsal ve kültürel yönlerini inceleyen bilim, insan bilimidir.

Aracı Kurum: Hisse senedi ticaretinde yatırımcı ile piyasa (karşı taraf) arasında aracılık işlemleri ve yatırımcıyı bilgilendirme fonksiyonlarını yapan kuruluştur. İşlem başına komisyon alırlar.

Aramal: Bir ürünün üretim sürecinde ilk aşamada ve son aşamada kullanılmayan, üretilen ürünün ana hammaddesi olmayan mal.

Araştırma ve Geliştirme İşlevi: AR-GE; bütün işletme işlevlerinin bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan incelenmesi, analiz edilmesi, yorumlanması ve bu yolla bazı ekonomik sonuçların ortaya konularak ilgili işletme işlevlerinde uygulanması faaliyetlerini içeren bir işletme işlevidir. Dar anlamda **araştırma ve geliştirme** ise işletmelerde yeni mal ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli çalışmalar topluluğu olarak tanımlanır.

Araştırma ve geliştirme; işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli çalışmalar topluluğu olarak tanımlanır.

Araştırma; belirli bir ticari gayeye ulaşmak, kârı ve etkinliği artırmak veya bir gerçeği ortaya çıkarmak için; belirli aşamalar içerisinde ve bir yöntem (metot) dâhilinde yapılan ilmi çalışmalara denir. Geliştirme ise mevcut bilgiyi veya teknolojiyi yeni düzenlemelerle daha iyiye doğru yönlendirme faaliyetidir.

Arbitraj; Herhangi bir menkul kıymetin, dövizin veya malın bir piyasadan alınıp diğer bir piyasada satılarak (kıymetler birbiri ile değiştirilerek) risksiz bir şekilde kar edilmesi işlemidir. Arbitraj işlemleri piyasalar arasındaki fiyat farklılıklarının azalmasına yol açar. Günümüzde iletişim teknolojisinin artması ve bilgiye ulaşma maliyetinin düşmesi ile piyasalar arası fiyat farklılığı gayet düşük olmakta, ortaya çıkan farklılıklar anlık olarak bu tür işlemlerle ortadan kalkmaktadır.

AR-GE Yönetimi İşlevi: İşletme işlevlerinin ilmi yöntemlerle ekonomik açıdan incelenmesi, analiz edilmesi, yorumlanması ve bu yolla bazı ekonomik sonuçların ortaya konularak ilgili işletme işlevlerinde uygulanması faaliyetlerini içeren bir işletme işlevidir. Araştırma, bilinmeyen bilmeye, öğrenmeye yönelik yapılan bilimsel - teknolojik faaliyetlerdir. Geliştirme ise, mevcut bilgiyi ya da teknolojiyi yeni düzenlemelerle daha iyiye doğru yönlendirme faaliyetidir. Araştırma ve geliştirme işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli çalışmalar topluluğu olarak tanımlanır.

Arif-Âlim-Bilgin

Aristokrat: Soylu. Soylu erki yanlısı.

Arktik Bölgesi: Kanada'nın herhangi bir kanuni tanımlaması olmayan, modeline göre üçlü, dördü, beşli, altılı veya yedili olarak sınıflandırılan, siyasî ve coğrafi tanımına göre farklılaşan alanlar.

Artan Getiri: Bir üretim sırasında kullanılan girdi miktarları arttırıldığında, üretim miktarındaki artışın, oransal olarak girdi miktarındaki artıştan daha büyük olması durumu.

Arz güvenliği: Tüketime sunulan ürünlerin bir yerde yedeğini tutmak, yedek kapasite bulundurmaktır. Arzı belirleyen-etkileyen faktörler: 1. Arz edilen ürünlerin fiyatı. 2. Arz edilen ürünlerin maliyeti. 3. Diğer ürünlerin fiyatı. 4. Alıcıların alışkanlıkları. 5. Ülkenin teknolojik düzeyi. 6. Ekonomik kararlar. 7.

Asayiş: (f.i.) 1-Rahat, huzur. 2-Emniyet; korku ve endişeden uzak olma. 3-Kanun ve nizam hâkimiyetinin sağlanması. 4-Düzen, nizam.

Asayiş-Düzen-Nizam

Asena- Dişi kurtlar

Asistan-Yardımcı.

Aslında-Haddizatında

Asrî zamanlar-Modern zamanlar

Asri-Modern

Asya tipi üretim tarzı, Karl Marx tarafından geliştirilen bu analize göre; üretim bütün topluluklar için farklı iki ana yoldan gelişmiştir. Birincisi; klasik yoldur ve Avrupa'ya ve Japonya'ya özgü bir yapısı vardır; bu yapıya göre Avrupa'da toprak beyleri kendi denetimi altındaki bölgede toprağın sahibi olmaları sebebiyle buldukları bölgede Kralın yetkilerini paylaşır ve kendi kendilerini yönetirlerdi, Feodalizm olarak isimlendirilen bu üretim yapısı kapitalizmin klasik gelişme yoludur ve kapitalist üretim süreci bu yapı içerisinde meydana gelmiştir. İkincisi ise farklı bir gelişim seyri izleyen Asya toplumlarında (Hindistan,Çin,Osmanlı imparatorluğu vs.) Avrupa'dakinin aksine merkezi otorite, gücünü muhafaza etmek ve yetkilerini paylaşmamak için ülke topraklarını belirli bir kişiye veya aileye mülk olarak devretmez ancak onun belirli şartlar altında ve kendisine bağlı kalacağına inanması suretiyle kullanma hakkını devrederdi, kullanma hakkına sahip olan kişi bu hakkını miras yoluyla da çocuklarına devredemezdi. Doğu toplumlarında toprak, şahısların değil, devletin mülkiyetindeydi ve bu durum devletin doğu toplumlarında Batı toplumlarına göre farklı algılanmasına sebep olmuştur. Bu iki üretim yapısındaki mülkiyet farklılığı bu toplumların sosyal ve psikolojik yapılarını da farklılaştırmıştır. Asya toplumlarının en belirgin özelliği toprağın mülkiyet yoluyla çocuklara devredilemediğinden sermaye birikimi gerçekleşmiyor. Avrupa, kapitalizmin gelişim süreci içerisinde miras hakkına sahip olmasından dolayı sermaye birikimini daha hızlı bir şekilde sağlayabilmiştir.

Atık (Waste): Atık, çıktılarının bir parçası haline gelmeyen girdilerdir. İlk maddedeki buharlaşma, çekme vb. sebeplerle oluşan veya kalıntı şeklinde oluşan üretim kayıpları örnek gösterilebilir. **Atık:** Üretim ve tüketim süreci

sonucu ortaya çıkan, istenen, istenmeyen veya engellenemeyen ve her zaman geri kazanmanın mümkün olmadığı çıktı.

Atık Geri Dönüşüm Borsası: İşletmelerde üretim sonucu ortaya çıkan, değerlendirilemeyen ve atık olarak nitelendirilen maddelerin alıp satıldığı yerdir.

Atıl Kapasite: Bir üretim yerinde kullanılmayan kapasitedir.

Atıl Para: Para piyasasının dışına çıkararak kullanılmayan paradır.

AVM: Alış Veriş Merkezleri

Avrupa Konseyi: 5 Mayıs 1949'da; Belçika, Birleşik Krallık, Danimarka, Fransa, Hollanda, İrlanda, İsveç, İtalya, Lüksemburg, ve Norveç olarak on ülke, merkezi Strasbourg olmak üzere Avrupa Konseyi'ni kuran antlaşmayı imzalamıştır. 2016 senesi itibariyle Avrupa Konseyi'nde 47 üye ülke bulunmaktadır. Türkiye, antlaşmayı 1949 yılında imzalamıştır. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, Avrupa Konseyi'ne bağlıdır.

Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA): 1960 senesinde Avusturya, Finlandiya, Norveç, İsveç, İzlanda ve Portekiz tarafından kurulmuştur.

Âyan (toplumun önde gelenleri) Meclisi: Üyelerini Padişahın seçtiği ve sayıları mebusların (Milletvekili) üçte birini geçmeyen; başkan ve üyeleri güvenilir, itibarlı ve 40 yaşını geçmiş kimseler olurdu. Nazır (bakan), vali, ordu kumandanı, kazasker, elçi, patrik, hahambaşı, kara ve deniz ferikleri, gereken şartlara sahip iseler âyan üyesi olabilirlerdi. Hükümdarın yetkilerinin anayasa ve seçimle gelen milletvekillerinin oluşturduğu meclis tarafından kısıtlandığı ve yasamanın hükümdarın fermanı ile değil, parlamento yoluyla yapıldığı yönetim şekli olan meşrutiyetin ilk denemesi 1215'de İngiltere'de "Magna Carta" ile başlar, 1789 Fransız Devrimi sonrası 1830 yılında Fransa'da ve nihayet 1876'da "Kanun-i Esasi (Anayasa)"nin ilân ile Osmanlı'da hayata geçer. Osmanlı Devleti, 1808 senesinde toplumun ileri gelenlerinden oluşan Ayanlar ile Sened-i İttifak olarak bilinen ilk anayasa hükmündeki sözleşme ile başlayan süreç; 1839 senesi Tanzimat Fermanı olarak bilinen Gülhane Hatt-ı Şerifi (Hümayunu) ile yenileşme devam ediyor. 1876 senesinde II. Abdülhamit tarafından anayasaya dayalı yönetim olan I.Meşrutiyet ilan ediliyor ve 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı'ndaki yenilgi sonu II. Abdülhamid'in Meclis-i Mebusan'ı kapatmasıyla 1878'de son bulmuştur. Osmanlı Anayasa'sı 29 sene askıdan sonra 1908'de II. Meşrutiyetin ilanı devam eden süreç Sultan Vahdettin tarafından 1920'de Meclis-i Mebusan'ı tasfiyesine kadar devam etmiştir.

Ayı Piyasası: Menkul kıymetler borsasında gelecek hakkında karamsarlığın ve fiyatlarda düşme olacağı beklentisinin egemen olduğu durumdur.İng.: bear market.

Ayı Piyasası: Menkul kıymetler borsasında gelecek hakkında karamsarlığın ve fiyatlarda düşme olacağı beklentisinin egemen olduğu durumdur.İng.: bear market. **Boğa piyasası ise** borsada fiyatların yükseleceğine yönelik iyimser beklentilerle düşük fiyattan hisse alınıp yüksek fiyattan satma eğiliminin ağırlık kazanmasıdır. İng.: bull market.

Ayrımcılık: Ön yargılı tutumlarla davranarak bir grup insana karşı, adaletsiz ve zarar verecek şekilde her türlü davranış ayrımcılık olarak tanımlanmaktadır.

Ayrıntı-Detay

Azalan Getiri: Bir üretim sırasında kullanılan girdi miktarları artırıldığında, üretim miktarındaki artışın, oransal olarak girdi miktarındaki artıştan daha küçük olma durumu.

Azalan Marjinal Fayda: Arka arkaya tüketilen bir malın, belirli bir noktadan sonra onu tüketen kişiye gittikçe daha az fayda sağlayacağına ilişkin ilke.

Azalan Verimler Yasası: Üretim sürecinde, üretim faktörlerinden birinin miktarının değiştirilip diğerleri sabit bırakıldığında, işletmenin toplam üretiminde meydana gelen değişme.

Azalmaya Eğilimli Emek Arzı Eğrisi: Ücretler artırıldığında, işgörenin tam zamanlı çalışarak ücretini artırmak yerine, daha az çalışıp ilk aldığı ücreti tercih ederek boş zamanının artmasını sağlamasıyla oluşan ekonomik eğri.

B

Bağımlı Değişken: Alacağı değer, diğer değişkenlere bağlı olarak değişebilen değişken. **Bağımsız Değişken:** Belli bir inceleme, analiz veya model içinde, karakteristik özellikleriyle bağımlı değişkeni şekillendiren ve belirleyen bağımsız -veya açıklayıcı- değişkenler. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenlerden önce gelen ve bir sebep'e bağlı olan değişkenlerdir.

Bağımsız-Müstakil

Bağlı Ortaklık: Sermayesinin yüzde ellisinden fazlası iktisadi devlet teşekkülüne veya kamu iktisadi kuruluşuna ait olan işletme veya işletmeler topluluğundan oluşan anonim şirketlerdir.

Bağlı Talep: Birbirlerinden farklı ürünlerin, belirli bir ihtiyacı karşılamak için birlikte kullanılmasından doğan talep çeşidi. Mesela; faks kâğıdı, yazıcı toner, dolmakalem mürekkep talebi doğuracaktır.

Bağlı Ürün: Aynı üretim sürecinde kullanılan bir üretim girdisinden, asıl ürünün yanı sıra sürecin sonucunda zorunlu olarak elde edilen ikincil ürün veya ürünler.

Banka; faizle para alıp veren, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli belge, eşya saklayan ve mevduat kabul eden, bu mevduatı verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanan, faaliyetlerinin esas konusu düzenli bir şekilde kredi almak veya kredi vermek olan ekonomik bir kuruluştur. Diğer bir tarifile **banka;** para, kredi ve sermaye konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel veya kamuya ait işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerinde bulunan bir ekonomik birimdir.

Bankalar Arası Para Piyasası: Bankalar arasında kısa vadeli fonların alınıp satıldığı piyasalardır.

Banknot: Altın ve gümüş sertifikaları veren bankalar, kendilerine emanet edilen altın ve gümüşlerin büyük bir kısmının geri istenmediğini görmeleriyle, kendilerinden borç isteyenlere, borç para yerine sertifika vermeye başladılar. Bu şekilde % 100 değerli maden karşılığı olmayan, ancak istenildiği zaman altın veya gümüşe çevrilebileceği garantisi olan sertifikalar kullanılmaya başlanmıştır. Bu sertifikalara, “banka notu” anlamına gelen “banknot” denildi. Önceleri her banka banknot çıkarabiliyor iken yaşanan bazı olumsuzlukları önlemek için, banknot çıkartma yetkisi Merkez Bankalarına verilmiştir.

Banknot: Taşıyana, üzerinde yazan miktarın ödenmesinin, çıkararı kuruluş tarafından garanti edildiği faiz taşımayan kıymetlerdir. Kanuni ödeme aracıdır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası TL Banknot basmaya tek yetkili kurumdur.

Banular-Kadın sultanlar

Barış-Sulh

Barkod: Değişik kalınlıktaki dik çizgi ve boşluklardan oluşan ve verinin otomatik olarak ve hatasız bir şekilde başka bir ortama aktarılması için kullanılan bir yöntemdir. Barkod, değişik kalınlıktaki çizgilerden ve bu çizgiler arasındaki boşluklardan oluşur. Barkod ile stok kodu, seri numarası, personel kodu gibi, bilgilerin gösterilmesi sağlanabilir. Bu bilgilerin bilgisayara klavye aracılığı ile girilmesi zaman alıcı ve yorucu olmaktadır. Ayrıca bu yöntem pek sağlıklı olmamaktadır. Çünkü veriler girilirken hata yapılma olasılığı fazladır. Bu hata oranını ve harcanan zamanı azaltmak için barkodlar ve barkod okuyucular kullanılır. Barkod, ürünün kodu veya ürün ile ilgili açıklamalar içermemelidir. Barkod sadece o ürüne ait bir referans numarası içermelidir. Bu referans numarası bilgisayara tanıtılır ve ürüne ait detaylı bilgiler bilgisayarda tutulur. Daha sonra bu referans numarası kullanılarak o ürüne ait bilgiye erişilir. Barkod: Değişik kalınlıktaki dik çizgi ve boşluklardan oluşan ve verinin otomatik olarak ve hatasız bir şekilde başka bir ortama aktarılması için kullanılan bir yöntemdir. Barkod, değişik kalınlıktaki çizgilerden ve bu çizgiler arasındaki boşluklardan oluşur.

Barter: Takas, para kullanmaksızın ürünlerin değişimiyle yapılan ticaret.

Basit Faiz: Bir yatırımın, yatırım dönemi süresince sadece anaparasının kazandığı faiz oranıdır.

Baskın kültür; organizasyonun elemanlarının büyük çoğunluğu tarafından kabul edilen temel değerleri ifade eder. Bir organizasyonun kültüründen bahsederken baskın kültürden yani organizasyon üyelerinin çoğunluğunun kabul ettiği kültürden bahsediliyor demektir.

Başa baş Analizi, Başa baş Noktası: Bir firmanın ürün satışlarından elde ettiği gelire, üretim için harcadığı giderlerin başa başnoktasını gösteren analiz yöntemi. Kâr, zarar ve başa başnoktasını göstermek gayesiyle çizilen başa baş grafiğinde, başa başnoktasına sıfır kâr veya kâr noktası denilmektedir.

Başarı Değerlemesi: Personelin görevlerini ne ölçüde yaptığının saptanmasına ve eksikliklerinin belirlenerek giderilmesine ilişkin faaliyetlerin tamamıdır.

Başarı Değerlendirme Sistemi (Liyakat Takdir Sistemleri): İş görenin işinde gösterdiği performans derecesini ölçen ve bunu, yapılacak başarı (liyakat) zammına esas alan ücret sistemi. Kök ücret+liyakat zammı+ diğer ücret payları şeklinde hesaplanır.

Başarı; bir iş için gerekli enerjinin gayeye en uygun şekilde, en ekonomik, en etkin olarak kullanılma becerisidir. Bu enerji, insan gücü, makine ve bilgi de olabilir, önemli olan, başarı için gerekli enerji kullanımı doğru organize edilmelidir. Başarı iyi bir plan ile gerçekleşir ve bunu da insan faktörü sağlar.

Başarisızlık Maliyeti: Kalite sürecinin herhangi bir aşamasında kalite hedeflerinden ve/veya standartlardan sapmaların oluşturduğu maliyettir. Dâhili ve harici olarak ikiye ayrılır; **1. Dâhili maliyetler:** Iskarta, hurda, fire gibi, piyasaya sürülemeyen mamul ve yarı mamul giderleri, kalitesiz olarak müşteriye sunulan ürün ve yarı ürünler için ödenen kalite farkını, kalitesiz ürünün onarımı, düzeltilmesi vb. gibi, yapılan ek harcamaları içeren maliyetler. **2. Harici Maliyetler:** Kalite sapmalarının ürün işletme dışına çıktıktan sonra, işletmeye yüklediği ek maliyetler. Mesela, müşteri tarafından ret edilen ürünlerin, depolama ve satış hizmetlerinden doğan maliyetler, ürünün teslim süresinin gecikmesinden doğan tüm ödenti ve kesintiler gibi,

Bayi / Dağıtımçı: Belli bir coğrafi bölgede, imalâtçıdan aldığı malları tekrar satan ve imalâtçı ile yaptığı sözleşme gereği söz konusu malların dağıtımına ilişkin özel hakları bulunan gerçek veya tüzel kişi. **Distribütör (– Franchising, dağıtımçı, yetkili bayilik –),** ayrıcalık, imtiyaz, serbest bırakmak olarak belirli bir hizmet imtiyaz hakkına sahip bir işletmenin belli süre, şart ve coğrafi sınırlamalar dâhilinde, işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin tam ve doğru bilgi, destek sağlamak suretiyle, imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere, yerel pazarlarda faaliyet gösteren diğer bir işletmeye veya işletmelere verdiği imtiyazlardan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir işbirliğidir. Burada ayrıcalığı veren; franchisor, ayrıcalığı alan; franchisee ve ayrıcalığın kendisi; franchise olmaktadır. / Hizmet işletmelerince yaygın aracı türlerinden olarak birçok hizmet kategorisinde büyümenin bir yolu yetkili bayilik sisteminden geçmektedir. Günümüzde hizmet sektöründe; gayrimenkul satışı, otomobil tamiri, konaklama, eğlence kiralama, lokanta, kuru temizleme, işletme hizmetleri ve hastaneler gibi, çok geniş bir yelpazedeki hizmetlerde yetkili bayilik kullanılmaktadır. **Elektronik dağıtım kanalları ise:** hizmetlerin dağıtımında doğrudan insan etkileşimini gerektirmeyen tek kanal seçeneği olarak görülür. Gerekli olan unsurlar önceden tasarlanmış hizmetle ve buna ulaştırılacak bir elektronik araçtır. Ses, görüntü ve bilgi gibi, hizmetlerin müşterilerine direkt ulaştırılmasının yeni yollarından önemlileri internet, uydular ve bilgisayarlardır.

Bayilik/Distribütörlük Anlaşması Nasıl Yapılır: Türkiye’deki üretici ve/veya ihracatçı firma ile onun ürününü yabancı bir ülkede dağıtacak ve/veya pazarlayacak firma arasında imzalanacak anlaşmanın ana gayeleri şunlardır: 1- İki kuruluş arasındaki ilişkiyi tanımlamak, 2-Bu ilişkiyi hukuki temellere oturtmak, 3 -Ticari hedefleri ve çalışma

şekillerini belirlemek, 4-Çıkabilecek anlaşmazlıkların nasıl çözümlenebileceğini göstermektedir. Distribütörlük anlaşmasının niteliği distribütörlüğün kapsamına göre değişir.

Baz Dönemi: Endeksin dayandırıldığı zaman dönemidir. Mesela; toplam verimliliğin sorgulanmasında bir dönemin baz-temel- alınarak kullanılması.

Baz Puan (Basis Point): Faiz oranlarındaki değişimi ifade eden bir ölçüm birimidir. Noktadan sonraki 4 üncü haneye karşılık gelir (0,0001). Mesela; faiz oranının % 65.25' den % 66.75'e yükselmesi durumunda 150 baz puanlık bir artış söz konusudur. Diğer bir deyişle baz puan % 0.01'e karşılık gelmektedir.

Baz Senede: Endekslerde başlangıç alınan sene. Başlangıç olarak alınan baz yılına genellikle 100 değeri verilir, bu seneden sonraki değerlendirmeler 100 değeri üzerinden yüzde olarak hesaplanır.

Beceri: Herhangi bir işi yapma kabiliyetidir. Yapılan işin zihinsel veya bedensel olması, eğitim alınmış veya alınmamış olması önemsizdir. Sosyal psikologlar, bilgi edinme veya öğrenme konusunda doğal yapıdan kaynaklanan ve yetenek testleriyle ölçülebilen 'yetenek' ile 'beceri'yi birbirinden ayırmaktadırlar. Sosyologlara göre, **beceri**, belli bir işte uzmanlaşmış ve o işe uygun olmayı tanımlarken, '**vasıf**' belli bir işle ilintili olan ancak başka işlerde de kullanılabilecek, öğrenilmiş teknikleri imleyen bir niteliklerdir.

Beka: (a.i.) 1-Bâkîlik, ebedilik, sonu olmama, bulunduğu halde kalma. 2-Allah'ın zatî sıfatlarından. 3-Kalıcılık, devamlılık, sabit olmak. 4-tas. Ebedi hayata ulaşma.

Beka-Ebedilik

Beklenti Yönetimi: "Beklenti Yönetimi" aslen gündelik hayatta insan psikolojisinin ve olaylara verdiği tepkilerin gayet başarılı bir şekilde analiz edilerek iş dünyasına uygulanmış versiyonu olarak, beklenti yönetimi; seçilmiş bir durumda kişinin ne tür sonuçları ne kadarlık bir vadede beklemesi gerektiğinin ve ortaya çıkan sonuçlara göre ne tür bir strateji çizmesinin lüzum ettiğinin doğru bir şekilde anlatılabilmesiyle ilgilidir. Bunu yapabilmek için de gayet titiz bir hazırlık yapılması, hedef kitlenin bu seçilmiş duruma dair düşünce, duygu ve beklentilerinin kesin olarak tespit edilmesi, derecelendirilmesi ve hedef kitleye aşama aşama bunların aktarılması gerekiyor. Beklenti yönetiminin etkin olabilmesi için açık ve net bir iletişim kurmak yeterli değil, aynı zamanda hedef kitlenize neyi ne kadar nasıl ve hangi aşamada söyleyeceğinizi de çok önceden planlamış olmanız gerekiyor.

Beklenti Yönetimi: (liderlik konusu) ekonomik, siyasi ve toplumsal açıdan oluşması öngörülen beklentilerin, tahmin edildiği üzere gelişmesini sağlamak üzere izlenen stratejilerin tümüne denilir.

Belgelendirme (Certification) :Gerekli yetkilerle donatılmış bir kuruluş tarafından, süreç, sistem, ürün veya servis kalitelerinin gerekli ihtiyaçlara ve standartlara uygunluğunun belirlenmesi, doğrulanması, onaylanması için gerçekleştirilen yöntem ve etkinliklerdir.

Belirli-Muayyen

Belirsizlik; herhangi bir kurala bağlı olarak değil de rastgele veya serbestçe ilerleme durumudur. Diğer bir tarifile **belirsizlik;** yöneticiler gelecekteki olayların muhtemel neticelerini bilmekle birlikte gerçekleşme ihtimalleri hakkında herhangi bir sebeple tahminde bulunamama durumunu ifade eder.

Bellek-Hafıza

Bellek-hafıza

Benchmarking: Sürekli olarak herhangi bir zaman ve yerde arayıp bulma, karşılaştırma ve en doğru olanı alıp uygulama anlamına gelmektedir. Kıyaslama, herhangi bir durumu veya olayı başka bir durum veya olayla karşılaştırarak sonuç elde edilmesidir. Kıyaslama veya genel adıyla benchmarking, kimin en iyi olduğunu, kimin standartları geliştirdiğini ve daha da önemlisi standardın ne olduğunu belirleyen araştırma çalışmasıdır. **Kıyaslama**, iş mükemmelliği elde etmek için, kendi kuruluş yapınızı, işleyiş ve performansınızı üstün küresel kuruluşlarla sistematik olarak karşılaştırma sürecidir.

Bencilik: Yönetimde bencilik, yöneticinin başkalarının faydasını düşünmeden; kimi zaman onlara zarar vererek; davranışlarını yalnız kendi ihtiyaçlarını karşılayacak, kendine menfaat sağlayacak şekilde yönlendirmesidir.

Beş S (5S): Japonya tarafından geliştirilen ve üretim sisteminde uygulanan yöntem. İsmi, İş Yeri Düzenlemesi (Seiri), Organize Olma (Seiton), Temizlik (Seiso), Standartlaştırma (Seiketsu) ve Eğitim-Disiplin (Shitsuke) kavramlarının ilk harflerinden alan, üretim sisteminde uygulanmak üzere Japonya tarafından geliştirilen yöntem. Yöntem, güvenlik, verimlilik, kalite meselelerini çözmek ve üretim sürecinde meydana gelebilecek arızalar önceden önleyebilmek gayeleriyle yoğun olarak kullanılır. Bunlar; **1-İşyeri Düzenlemesi (Seiri):** İş ortamının çalışma şartlarına ve üretime en uygun şekilde düzenlenmesi sürecidir. Kullanım sıklığına göre ekipmanların-takım-sınıflandırılarak yerleşimini düzenlemeyi; üretim artıklarının ortadan kaldırılması için kaynakta çözüm üretilmesini gayeler. **2-Organize Olma (Seiton):** Fonksiyonel stoklama amacını içerir. Mevcut durum incelenerek analiz edilir, stok yerlerine karar verilir, stoklama sistemi incelenerek en uygun metot belirlenir ve stok kayıtları gerçekleştirilir. **3-Temizlik (Seiso) :** Üretim sürecinde; üretim araçlarının, üretim alanının, üretim artıklarının, çalışma alanının ve üretim sonrası ekipmanın temizlenmesi amacını taşır. **4-Standartlaştırma (Seiketsu):** Temiz, güvenli ve iyi organize edilmiş bir ortam oluşturmak ve bu ortamın sürekliliğini, standartlaşmasını sağlamak. Üretim sırasında herhangi bir anormalliğin veya işlem hatalarının bir bakışta görünmesini sağlayacak bir sistem geliştirmeyi hedefler. İşlem Hatalarını Belirleme ve Gözlem bu başlık altında ortaya konan temel yöntemlerdir. **5-Eğitim ve Disiplin (Shitsuke):** Yeni alışkanlıklar geliştirmek, geliştirilen alışkanlıkları korumak ve uygulanmasını sürekli hale getirmek.

Beyaz Yakalılar: Bir üretim sürecinde, maddelerin fizikî dönüşümüne ait işlerde görev almayan, ürünün tasarımı ve dağıtımında (pazarlama) rol alan ücretli kesim.

Beyhude-Boşuna

Beyin Fırtınası: Önceden planlanmış bir mesele alanı veya konu çerçevesinde belirli sayıda kişilerden meydana gelen bir grubun, yeni fikirler ve çözüm stratejileri geliştirmek gayesiyle bir araya geldiği fikir üretme süreci.

Beyin Göçü: Yüksek öğrenim görmüş veya mesleğinde belirli noktalara ulaşmış, buluş ve araştırma gücü fazla olan kişilerin, konumlarından daha iyi şartlar sağlayan bir konuma sahip olmak, çalışmak veya yerleşmek gayesiyle buldukları bölgeyi veya ülkeyi terk ederek, ekonomik olarak kalkınmış bölgelere/ülkelere göç etmeleri.

Beynelmilel: Uluslar arası, küresel, global.

BIS (Bank for International Settlement): Parasal ve finansal istikrarı sağlamaya yönelik olarak merkez bankaları ve diğer kurumların kendi aralarındaki işbirliğini artırmak gayesi ile kurulmuş uluslararası bir organizasyondur. 1930 senesinde kurulmuş olup, İsviçre'nin Basel kentinde yerleşiktir. Sermayesi altın frank şeklinde ifade edilmekte olup, 1 altın frank 0.29 gram altını temsil etmektedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 5000 altın frank ile bankanın hissedarıdır.

Bilakis-Aksine-Tersine

Bilânço: Bir işletmenin aktif değerleri ile pasif değerleri, ayrıntılı olarak iki kolonlu bir çizelge şeklinde gösterilirse, bu çizelgeye bilânço denir. Çizelgede, sol kolon varlık ve alacaklar olarak aktif değerleri, sağ taraf sermaye ve borçları gösteren pasif değerlerdir.

Bilânço: Bir işletmenin belirli bir tarihteki finansal durumunu gösteren tablodur. **Bilânço:** Bir işletmenin aktif değerleri ile pasif değerleri, ayrıntılı olarak iki kolonlu bir çizelge şeklinde gösterilirse, bu çizelgeye bilânço denir. Çizelgede, sol kolon varlık ve alacaklar olarak aktif değerleri, sağ taraf sermaye ve borçları gösteren pasif değerlerdir. İşletmenin finansal durumu, işletmenin varlıklarını ve bu varlıkların kaynaklarını ifade etmektedir. Bilânçodan faydalanacakların, işletmenin finansal durumunu muhasebe diliyle anlatımı olan bilânçoda yer alan unsurların neyi ifade ettiğini bilmeleri zorunludur. Bilânçonun 'T' cetveli şeklindeki yapısında sağ taraf aktif tarafı, kendi içinde genellikle duran varlıklar ve dönen varlıklar olmak üzere iki ana gruba ayrılır. Sol taraf ise pasif taraf olarak öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar olmak üzere iki ana gruba ayrılır.

Bilderberg Toplantıları, dünya çapında etkin siyasi liderler, iş dünyası, basın-yayın ve akademi çevrelerinin en önde gelen temsilci ve uzmanlarının bir araya gelmesiyle yapılan yaklaşık 120-150 kişinin katıldığı yıllık, özel toplantılardır. Bilderberg Toplantıları ilk olarak Hollanda'nın küçük bir kasabası olan Oosterbeek'te başlamıştır. İsmi de 29-31 Mayıs 1954 tarihleri arasında ilk toplantının yapıldığı bu küçük kasabada bulunan Bilderberg Oteli'nden alır.

Bilen Organizasyonlar: Çevrelerindeki değişime tepki olarak var olan ürünlere eklemeler yapan organizasyon tipleri. Bu tür yapılarda yapılan yenilikler öğrenme sonucunda ortaya çıkmış ürünler değil, sıkı bir denetim, uyum gösterme konusunda baskı, rutin davranışlar ve riskten kaçma faktörleri söz konusudur. Bilen organizasyonlar, öğrenen organizasyon yapılarına geçiş aşamalarından biri olarak kabul edilir.

Bileşik Faiz: Bir yatırımın yatırım dönemi boyunca kazandığı faizin de yeni yatırım döneminde yatırıma tabi tutulması sonucu elde edilen getiriyi gösteren faizdir. Diğer bir deyişle faizin de faiz kazanmasıdır.

Bilgi işçisi / Bilgi Çalışanı: İş sürecinde bilgi üzerinde yoğunlaşan, bilgilerle uğraşan, bilgileri depolayan, analiz eden, koordine eden, ilgililere ulaşmasını sağlayan, yeni bilgiler üreten kişi. Organizasyonun entelektüel sermayesinde önemli bir rol üstlenen bilgi işçisinin etkili çalışması, verimli olması için bazı temel organizasyonel şartların da sağlanması gerektiği ileri sürülmektedir.

Bilgi Paylaşımı Tekniği: Çalışanların, organizasyonun başarı durumu, piyasadaki rekabet gücü, yaptığı faaliyetlerin içeriği, eş deyişle ürünleri, teknolojisi, organizasyonel öncelikleri, işletmenin rekabet durumu vb organizasyonel strateji ve taktiklerindeki değişiklikler gibi, konularda bilgilendirilmesine dayanan yaklaşım.

Bilgi teknolojileri; bilginin üretimi, gelişimi ve yaygınlaşmasında yoğun olarak kullanılabilen; verilerin kayıt edilmesi, saklanması, belirli bir işlem sürecinden geçirmek suretiyle bilgiler üretilmesi, üretilen bu bilgilere ulaşılması, saklanması ve paylaşılması gibi, işlemlerin etkili ve verimli yapılmasına imkân tanıyan teknolojilerdir.

Bilgi Toplumu: Sosyal gelişme çizgisinde sanayi toplumundan sonra geline, ekonomideki tüm ağırlığın hizmet sektörüne kaydığı, mesleki ve teknik araştırmacı sınıfın ön plana geçtiği, her türlü politika ve yeniliklerin bilimsel bilgidan kaynaklandığı, entelektüel teknolojiye dayanan bir toplum safhasıdır.

Bilgi Yaşam Döngüsü Yönetimi (ILM); verilerin depolama cihazları arasındaki hareketi ve yerleştirilmesi, oluşturulması, arşivlenmesi, bilgiye dönüştürülmesi ve elden çıkarılması ile yönetim sürecini ifade eder.

Bilgi yönetimi; bilginin üretilmesi, geliştirilmesi, düzenlenmesi, saklanması, transfer edilmesi, paylaşımı, yayılması ve kullanılması gibi, süreç ve teknikleri ifade eder.

Bilgi; kişilerin öğrenme, araştırma veya gözlem yolu ile çaba sarf ederek elde ettiği ve aklının kapsayabileceği olgu, gerçek ve kuralların tümüne verilen isimdir. Diğer bir tanımla **bilgi;** çeşitli hissi yaşantıların mantıkça bir örnek düşünce dizgesine uydurulması için gösterilen çabalara verilen isim olarak ifade edilir.

Bilgisayar suçları: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır. Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, malî hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye'de Türk Ceza Kanunu

ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir.

Dünyada siber suç beliren diğer ifadeler ise: Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Bilim; olayların ve nesnelere oluşum, yapı ve gelişimindeki kanunları açıklamaya çalışan, olguları, mantıki düşüncüyü temel alan, tarihi nitelikte bilgi düzeni olarak ifade edilir. Diğer bir tanımla **bilim;** çevreyi anlama ve açıklama gayretleri olarak, evrenin bir bölümünü konu olarak seçen, deneysel yöntemlere ve gerçekliğe dayanarak kanunlar çıkarmaya çalışan düzenli bilgidir.

Bilimsel Yönetim: Frederick William Taylor'ın oldukça etkin, tartışmalı yazıları ve uygulamaları üzerine kurulmuş bir çalışma davranışı kuramı ve yönetimi. Bilimsel Yönetim, Taylor tarafından formüle edilip uygulandığı için Taylorizm şeklinde de anılmaktadır. F. W. Taylor, yönetimi, "çalışanlardan ne yapmaları (iş ne kadar zamanda ve nasıl yapmaları) beklendiğini tam olarak belirlemek ve işlerin verimli bir şekilde yerine getirilmesine nezaret etmek..." şeklinde tanımlar.

Bilişim suçu: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır. Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, malî hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye'de Türk Ceza Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir.

Dünyada siber suç beliren diğer ifadeler ise: Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Bilişim Teknolojileri: Bilgiye ulaşma ve onu elde etmeyi sağlayan tekniklerin tamamını içerir bilişim teknolojileri işletmeler açısından önemli bir konudur. İşletmeler kârlı ve sürekli müşterileri elde tutmak istiyorlarsa teknolojik altyapı imkânlarını geliştirmek durumundadırlar. Teknolojik altyapıyı kuran işletmeler elde edilen bilgileri işletme içerisinde bölümler arasında etkin ve verimli kullanırlar. İletişim teknolojileri sürekli gelişmekte, (internet gibi,) işletmelerin faaliyetlerini fazlaca etkilemekte ve hemen hemen her türlü bilgi de dijital ortamda aktarılabilir. **Bilisel Çelişki:** Satın alma sonrasında tüketicinin verdiği karar konusunda belirsizlik durumuna ve çelişkiye düşmesine denir.

Bir işletmenin gerçek üretim gücünün kullanılıp kullanılmadığı, üretilen mal veya hizmetin satışına bağlıdır. Satış miktarı düşük ise, gerçek kapasitenin ancak bir kısmından faydalanılır ve faydalanılmayan kısmı da **aylak** (atıl -boş) **kapasiteyi** oluşturur. Fili kapasitenin gerçek kapasiteden büyük olması durumu ise **aşırı kapasite** veya zorlanmış kapasiteyi oluşturur. Bu kapasiteye ulaşmak için tüm kaynakların zorlanması gerekir ve uzun süre üretim kaynaklarının da zorlanarak kullanılması başka sakıncaları getirir.

Birikmiş Faiz: Bir yatırımın, yatırım dönemi içerisinde, ödeme tarihine kadar üzerinde biriken faizdir.

Birincil Piyasa (Primary Market): İlk ihraçların yapıldığı piyasadır. Bir yatırım aracının bir menkul kıymetin ilk defa piyasaya sürülmesi (satılması) birincil piyasa işlemidir. Benzer şekilde, devlet iç borçlanma senetlerinin, T.C. Hazine Müsteşarlığı tarafından ihale yöntemi ile satımı da bir birincil piyasa işlemidir. Bu senetlerin daha sonra yatırımcılar arasındaki alım-satımları ise ikincil piyasa olarak isimlendirilen piyasalarda gerçekleşmektedir.

Birleşme: Daha önce ayrı ayrı faaliyette bulunan iki veya daha fazla işletmenin ortak gayeler doğrultusunda bir araya gelmesi ve tek bir işletme haline dönmesi.

Bodyguarad-Koruma

Bodyguarad-koruma

Boğa Piyasası (Bull Market): Fiyatların yükseldiği piyasayı ifade eder. **Boğa Piyasası:** Borsada fiyatların yükseleceğine yönelik iyimser beklentilerle düşük fiyattan hisse alınıp yüksek fiyattan satma eğiliminin ağırlık kazanmasıdır. İng.: bull market. **Ayı piyasası ise** menkul kıymetler borsasında gelecek hakkında karamsarlığın ve fiyatlarda düşme olacağı beklentisinin egemen olduğu durumdur. İng.: bear market. **Boğa Piyasası:** Borsada fiyatların yükseleceğine yönelik iyimser beklentilerle düşük fiyattan hisse alınıp yüksek fiyattan satma eğiliminin ağırlık kazanmasıdır. İng.: bull market. / **Ayı Piyasası:** Menkul kıymetler borsasında gelecek hakkında karamsarlığın ve fiyatlarda düşme olacağı beklentisinin egemen olduğu durumdur. İng.: bear market.

Boğa piyasası ise borsada fiyatların yükseleceğine yönelik iyimser beklentilerle düşük fiyattan hisse alınıp yüksek fiyattan satma eğiliminin ağırlık kazanmasıdır. İng.: bull market.

Bono: Vadesi 1 seneden kısa olan, çıkarılan kurum tarafından öngörülen vade sonunda belli bir bedelin ödenmesinin taahhüt edildiği menkul kıymetlerdir.

Borç sermayesi: İşletmenin kısa, orta ve uzun süreli borçlanmalarla sağladığı sermayedir.

Borsa: Menkul değerlerin veya çeşitli ürünlerin değerlerini belirlemek ve/veya bu değer ve ürünlerle ilgili işlemleri yapmak üzere ilgililerin belirli zamanlarda bir araya gelmesi veya bir araya geldikleri yerdir. **Borsa**, değerli evrakların (menkul kıymetlerin) ticaretinin yapıldığı kurumsal piyasalardır. Bir piyasadır, çünkü menkul kıymetlerin ticaretinin yapıldığı yerlerdir. Kurumsaldır, çünkü kendine özgü kuralları ve standartları vardır. Pazar kavramı çoğu zaman bir insan ihtiyacı, ürün tipi, demografik grup, coğrafi yerleşim yeri, ulusal ve uluslararası pazar anlamlarında kullanılır. Ödemelerin peşin yapıldığı ve çoğu kez yüzergezer mekânı olan pazarlara “**spot pazar**” veya “**spot market-piyasa**” denilmektedir.

Boş Zaman: Kişinin hayatında uyku, çalışma ve diğer temel ihtiyaçların karşılanması dışında kalan zaman. Kişinin hem kendisi hem de başkaları için bütün zorunluluklardan ve bağlantılarından kurtulduğu ve kendi isteği ile seçeceği bir faaliyetle uğraşacağı zaman.

Boşuna-Beyhude

Bölgesel Pazarlama (Regional Marketing): Belirli bir bölgenin insanların özel zevklerine, ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına odaklanarak satış yapmayı hedefleyen pazarlama anlayışıdır. **Bölgesel Pazarlama:** Belirli bir bölgenin insanların özel zevklerine, ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına odaklanarak satış yapmayı hedefleyen pazarlama anlayışıdır.

Bölümlendirme-Bölgümlere Ayırma: Benzer özellikler taşıyan ve birbirini tamamlayan işlerin bir araya getirilerek bölümler oluşturulmasıdır. İşletmelerde, yönetim bölümü, üretim bölümü, pazarlama bölümü gibi, benzer faaliyetlerin bir çatı altında toparlanmasını ifade eder.

Bölüşüm: Toplam milli gelirin, üretim faktörleri sahipleri (fonksiyonel bölüşüm) veya kişiler arasında (kişisel bölüşüm) paylaşılması.

BPM – Business Process Management” – İş Süreçlerinin Yönetimi, “BPI – Business Process Improvement” – İş Süreçlerinin İyileştirilmesi, “BPR – Business Process Re-engineering” – İş Süreçlerinin Yeniden Tasarımı, “Process Redesign”, “Process Innovation”, Değişim Mühendisliği, vb. /Ana süreç, içinde birden fazla süreç içerir ve her bir sürecin içinde de alt süreçler vardır. Süreç danışmanlığı konusunda; BPM / BPI / BPR kavramlarına da bakmak gerekir: BPI ile BPR arasındaki bu keskin ayırım, ancak yol göstermesi bakımından belki faydalı bulunabilir; çünkü biraz aşağıda açıklanacağı gibi, BPI veya BPR yapılacağı sürekli iyileştirme döngüsü içinde kararlaştırılmaktadır; bir firma, süreç yönetimi çalışmasının – bilhassa en başında – bunlardan birini seçme durumunda değildir. BPI ve BPR’ın farkları hakkında listeler yapılmasını, bunların çok farklı şeyler gibi, makale ve kitaplarda ele alınmasını kafa karıştırıcı bir yaklaşım olarak görüyoruz.

Broker: Alım ve satım işlemlerine belli bir komisyon karşılığı aracılık eden, işlemleri kendi ismine ancak taraf olduğu kişi veya kurumlar hesabına yapan işlemcilerle verilen isimdir.

Brokrat: Devlet kurumlarında çalışan üst düzey yönetici. *sıfat, mecaz* Devletle ilgili işlerin yürütülmesinde, kırtasiye işlerini öne sürerek işlemleri zorlaştıran, kırtasiyecisi, şekilci, formalist.

Browser: Editör

Browser-Editör

Burjuva (Kentsoylu): Köylü, işçi veya soylu sınıftan olmayan sosyal statüsünü ve gücünü, eğitiminden, işveren konumundan ve zenginliğinden alan üretim araçlarını ellerinde bulunduran ve kendi başına üretim ve kazanç yollarında çalışarak kendine oldukça geniş bir geçim sağlayan kentli kişi.

Burjuvazi (kentsoylu): Üretim araçlarını ellerinde bulunduranla çıkarları bunlarla birleşenlerin oluşturdukları toplumsal sınıf.

Bürokrasi: Günlük dilde kullanıldığı gibi, işlerin yürütülmesini aksatan, gereksiz yazışma ve zaman kayıplarına yol açan bir kavram değil, aksine ideal manada bir yönetim düzeni ve şeklidir. **Bürokrasi**, bir toplumda tabandan yukarıya doğru çıktıkça daralan bir yapı içinde organize olmuş olan, genel kural ve ilkelere göre çalışan profesyonel atanmış görevliler topluluğu. Diğer bir tanımla **bürokrasi**, devlet idaresinde bir işi yapabilmek için alınması gereken izin, onay, imza ve uyulması gereken kurallar bütünüdür ifade eder. Bürokrasi, devletle ilgili işlerin yürütülmesinde gereksiz kural ve işlemler, kırtasiyecilik olarak da ifade edilir. Max Weber’e göre, tam bir tarafsızlıkla kurallara uyulması etkinlik açısından ideal bir yönetim düzeninin kurulmasını sağlar. Bu yaklaşımın ilke ve kuralları diğer klasik yaklaşımın kurallarına benzer ancak, bürokratik yönetimin yaklaşımında ilke ve kuralları kesin bir itaat şarttır. Bürokrasi yaklaşımında katı bir kuralcılık söz konusudur ve “**normatif**” bir özellik taşır.

Bütçe (İşletme bütçesi); işletmenin önceden belirlenen gayelerine ulaşmak için yapılan rakamlarla ifade edilen ayrıntılı ve kısa süreli (genelde bir sene) bir plandır. Diğer bir tanımla **işletme bütçesi**; önceden tesbit edilen gayelere ulaşabilmek için, işletmenin geleceğe ait bir dönemde takip edeceği siyaset ve yapacağı işleri para ve rakamlarla açıklayan bir belgedir.

Bütçe Denetimi: Bir kuruluşun etkinliklerinin, her etkinlik düzeyinin dikkatle tahmin edilmesi ve bu tahminlerin para olarak ifade edilmesi yoluyla denetlenmesini sağlayan bir araçtır.

Bütçe Dengesi (Budget Balance): Bir işletmenin veya devletin gelir ve giderleri arasındaki farktır.

Bütçe; bir işletmenin finansal faaliyetlerine ilişkin gayelerini başarmak için ileride izlemesi gereken yolu belirleyen ayrıntılı bir finansal plandır.

Bütçe-Budget: Gelecekte belirli bir dönemde gerçekleştirilmesi öngörülen gelir ve giderlerin karşılıklı tahminlerini içeren cetvel. **Bütçe**, programda belirlenmiş her faaliyetin sebep olacağı giderler ile bazı faaliyetlerden sağlanacak gelirlerin rakamsal ifadesidir. **Program** ise bir amacın gerçekleştirilmesi için gerekli olan aşama ve

adımları, bu aşama ve adımların her birinden sorumlu olan kişileri ve her bir aşamanın süresini belirleyen bir plandır. **Program**, süreleri belirlemek, faaliyetlerin ayrıntılarını, uygulanacakları yer ve zamanlarını ve bunların kimler tarafından nasıl yapılacağını belirlemektir. Başka bir ifadeyle **program**, bir olayın en ince ayrıntılarını yer, zaman, şahıs ve usul göstererek belirlemektir.

Bütünleşik Pazarlama İletişimi: “Reklâm, halkla ilişkiler, satış geliştirme, doğrudan pazarlama, kişisel satış, ticari fuarlar ve satış noktası iletişim materyallerinin birbiri ile uyumlu bir koordinasyon içinde marka ve pazarlama karmasının diğer unsurları ile birleştirilmesi sürecidir.” Bütünleşik pazarlama iletişimi genel olarak işletmenin çalışanları, üretilen mal ve ya hizmetin kendisi, dağıtım kanalları, satış gücü, fiyatlandırma, satış sonrası servis ve garanti hizmetleri, toplam kalite, iş yeri güvenliği ve tatmini, müşteri memnuniyeti gibi, pek çok konuda tam bir uyum ve süreklilik gerektiren bir bütündür.

Bütünsel Pazarlama: İşletme ile müşterileri ve işbirliği yaptığı diğer kurumlar arasındaki karşılıklı etkileşimlerinden ortaya çıkmış ve işletmenin diğer tüm bölümleriyle birlikte müşterinin istediği değerleri araştırmak, üretmek ve bu değerleri onlara dinamik ve rekabetçi bir ortamda ulaştırmaktır.

Büyük işletmeler: Çalışan sayısı **50-2000** arası olan ve işletme sermayesi belli bir büyüklüğün üstünde olup ürettikleri çıktıyla piyasayı ellerinde tutan ve Avrupa Birliği ölçütlerine göre çalışan sayısı 250 ve senelik cirosu 50 milyon avronun üstünde olan işletmelerdir. Ekonomik büyümenin temelinde büyük işletmelerin yatırımları, üretimleri ve pazarlamaları ve artan hızlı teknolojik gelişimde AR-GE'ye yaptıkları yatırımlar sayesinde büyük işletmelerin önemli bir payı bulunmaktadır.

Büyük Patlama Yaklaşımı: Bir işletme yönetiminin verimlilik artışlarını sağlamak gayesiyle geliştirdiği yaklaşım. Bu yaklaşımda, ileri teknoloji tesis ve donanım yatırımları gerçekleştirilir. Başka bir ifadeyle, sermaye harcamaları artırılarak verimlilik artırılmaya çalışılır.

Büyüme; ekonomik yapının nicelik ve nitelik açısından gelişmesi olarak; bir ülkede, belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam tutarındaki artışı ifade eder. **Büyüme;** ekonomik hayatın temel verileri olan; işgücü, tabii kaynaklar, üretim araç-gereçlerinin niteliğinin iyileşmesi, verimliliğin artması ve yeni rasyonel organizasyonlar ile kişi başına, bir seneden diğerine daha yüksek bir reel gelir sağlayacak şekilde sürekli artmasını ifade eder. **Ekonomik Büyüme:** Bir ekonomik yapının nicelik ve nitelik olarak gelişmesidir. **Ekonomik Büyüme:** Bir ülkede, belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam tutarındaki artışı ifade eder. **Ekonomik Gelişme:** Bir ülkede belirli bir dönemde üretimdeki artış ile birlikte, ekonomideki olumlu yapısal değişimi, yani üretilen mal ve hizmetlerin kalitesinin de yükselmesini ifade eder. **Ekonomik Gelişme:** Ekonominin fiziki büyümesinin ötesinde yetenek, bilgi ve anlayışın olumlu değişimidir. **Hizmet sektöründe büyüme;** bir ülkede belirli bir dönemde üretilen hizmetlerin toplam tutarlarındaki artışı ifade eder. **Hizmet sektöründe gelişme** ise bir ülkede belirli bir dönemde hizmet üretim miktarındaki artışla birlikte sektördeki olumlu yapısal değişimi yani üretilen hizmetlerin kalitesinin de yükseltilmesini ifade eder. **Kalkınma -Development:** Belli bir ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyinden derece olarak daha iyi sayılabilecek duruma ulaşma; tüm hayat alanlarında var olandan daha farklı ve ileri olduğu düşünülen bir yapılanmaya dönüş sürecidir.

Bye bye-Hoşça kal

Bye bye-hoşça kal

C

Call Option: Opsiyon, sahibine, opsiyona konu olan kıymeti, kontratta yazan fiyattan, kontrat vadesinde herhangi bir yükümlülük doğurmadan alma hakkı verir. Bu tür bir mali araçta, vadede, opsiyona konu olan kıymetin fiyatı kontrat fiyatının altında gerçekleşirse opsiyon sahibi bu hakkını kullanmaz ve işlemini daha düşük olan piyasa fiyatından gerçekleştirebilir.

Cari açık (cari denge); bir ülkenin ürettiğinden fazla harcaması anlamına gelir. Diğer bir tanımla **cari açık;** bir ülkeden çıkan paranın giren paraya göre farkı olarak ifade edilir. Cari açık, **cari işlemler hesabının** neticesinde elde edilen değerdir. Üretilenden fazla yapılan harcama diğer ülkelerden borçlanılarak karşılanır. Türkiye'nin cari açık veriyor olması, Türkiye'den her sene çıkan paranın giren paradan daha fazla olması anlamına geliyor.

Cari İşlemler Açığı: Cari işlemler bilançosunda yer alan mal, hizmet ihracatından ve tek taraflı transferlerden elde edilen döviz gelirlerinin; mal, hizmet ithali ve tek yanlı transferler için yapılan döviz giderlerinden az, yani cari işlemler bilançosunun eksi verdiği durumdur. Diğer bir ifade ile cari işlemlerde olumsuz etki yapan kalemlerin olumlulardan büyük olması durumunda **cari işlemler açığı** ortaya çıkar, milli gelir olumsuz yönde etkilenir. İng.: current accounts deficit.

Cari İşlemler Açığı: Cari işlemler bilançosunda yer alan mal, hizmet ihracatından ve tek taraflı transferlerden elde edilen döviz gelirlerinin; mal, hizmet ithali ve tek yanlı transferler için yapılan döviz giderlerinden az, yani cari işlemler bilançosunun eksi verdiği durumdur. Diğer bir ifade ile cari işlemlerde olumsuz etki yapan kalemlerin olumlulardan büyük olması durumunda **cari işlemler açığı** ortaya çıkar, milli gelir olumsuz yönde etkilenir. İng.: current accounts deficit.

Cari Kur: Gerçek kur. Döviz piyasasında günlük olarak döviz alım, satım işlemleriyle oluşur.

Cari Varlıklar: Satılabilir pay senedi ve tahviller, alacaklar, stoklar, kasa ve diğer döner varlıklardan oluşan bütün.

Catering-Yemek hizmeti

Catering-yemek hizmeti

CE (Confirmité Européenne-Uygun Ürün Belgesi): CE “Avrupa Normlarına Uygunluk” anlamına gelen “Conformité Européenne” kelimelerinin baş harflerinden oluşur ve “Avrupa’ya Uygunluk” anlamına gelir. CE işareti, ürünün satıldığı pazarda kanuni olarak yer alabileceğinin bir işaretidir. CE işareti, ürünün herhangi bir uygunsuzluk durumunda, üretici firma tarafından şartsız geri çekileceğinin göstergesidir. CE işareti, ürünlerin, gayesine uygun kullanılması halinde insan can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ile çevreye zarar vermeyeceğini, yani güvenli olduğunu gösterir. CE işareti, müşteriye kalite ile ilgili bir güvence sağlamaz, yalnızca ürünün, asgari güvenlik şartlarına sahip olduğunu gösterir. CE işareti taşıyan bir ürün, AB üyesi ülkeler arasında rahatça serbest dolaşıma girmekte ve böylece işaret bir nevi “pasaport” işlevi de görmektedir. / CE işareti, üzerine ilişitirildiği mamulün insan, hayvan ve çevre açısından sağlıklı ve güvenli olduğunu gösteren AB’nin Yeni Yaklaşım Direktiflerine Uygunluk işaretidir. AB üyesi ülkelerde mal ve hizmetlerin serbest dolaşımının temini gayesiyle; ürünlerin; insan, hayvan ve çevreye zarar vermedikleri anlamındadır. Avrupa standardı ve direktiflerinin uygulama tarihleri, Resmi Gazete’de yayınlanan tebliğlerle belirtilmektedir. Türkiye açısından da 1 Ocak 2001’den başlayarak AB’ye yapılacak her türlü ihracatta "CE" işareti gerekeceği için yurt içi ticarete zorunlu hale gelecektir. **CE işareti**, Avrupa Birliği’nin, teknik mevzuat uyumu çerçevesinde 1985 senesinde benimsediği Yeni Yaklaşım Politikası kapsamında hazırlanan Yeni Yaklaşım Direktifleri kapsamına giren ürünlerin bu direktiflere uygun olduğunu ve gerekli bütün uygunluk değerlendirme faaliyetlerinden geçtiğini gösteren bir Birlik işaretidir. CE işareti, ürünlerin, gayesine uygun kullanılması halinde insan can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ile çevreye zarar vermeyeceğini, diğer bir ifadeyle ürünün güvenli bir ürün olduğunu gösteren bir işarettir. **CE İşareti:** Ürün gruplarının Avrupa Birliği’nin Yeni Yaklaşım Politikası kapsamında belirlenen sağlık, güvenlik, çevrenin ve tüketicinin korunması için gerekli şartları sağladığını gösteren işarettir. İng.: Community Europe, Conformité Européenne, CE Mark / CE Uygunluk İşareti 26 adet olan Yeni Yaklaşım Direktifleri kapsamına giren ürünlere uygulanır. Avrupa pazarında ürünlerini pazarlamak isteyen üreticiler için CE uygunluk işareti zorunludur. Avrupa ülkelerinde CE belgesi olmayan ürünlerin üretimi ve satışı imkânsızdır. **CE Uygunluk İşaretinin sağladığı faydalar:** 1- Ürünlerin güvenliği artar, 2- Üreticilerin maliyetleri azalır. 3- Ürün yetkili kuruluşlar tarafından kontrol edilir. 4- Ülkeler arasında mevzuatların uyumu sağlanır. 5- Tek Pazar oluşumu sonucu uluslar arası ticaret kolaylaşır. 6- İşletmeye rekabet avantajı sağlar. 7- AB ülkelerine ihracat imkânı sağlar. / Yenilikçi yapı malzemelerinin AB pazarlarına girebilmesi için gereken “CE” belgesi Türkiye’de de verilebilecek. AB ülkelerinde bulunan Teknik Onay Kuruluşu, Türkiye’de Yapı Araştırma Derneği bünyesinde kurulacak ve İngiltere’nin teknik onay kuruluşu BBA (British Board of Agreement) ile işbirliği içinde çalışarak ilgili belge ülkemizde de verilebilecek. **CE İşareti.** Avrupa ülkelerine seyahat için gereken pasaport ve vize zorunluğu gibi, yine bu ülkelere ürün satabilmek için ürün pasaportu zorunluluğu vardır. Bu pasaportun ismi CE işaretidir. Yalnızca CE işaretli ürünler Avrupa ülkelerinde serbest satılabilme hakkına sahiptir. Avrupa Birliğinin standardizasyon kuruluşları olan CEN ve CENELEC tarafından yayımlanan standartlara göre ürünün tanımı, taşıdığı riskler, sahip olması gereken asgari güvenlik şartları ve uygunluk değerlendirme işlemleri ayrıntılı bir şekilde belirlenmiştir. Bir ürün, birliğin tüm ülkelerinde aynı özellikleri için aynı uygunluk değerlendirme işlemlerinden geçer. Bu işlemlerin sonunda aynı şekilde belgelendirilir ve işaretlenir. Bu işaret “CE işaretidir”. CE işareti, bir ürünün belirlenen sağlık, güvenlik, çevrenin ve tüketicinin korunması gereklerine uygun olduğunu gösteren bir birlik işaretidir. **CE işareti, tüketicie bir kalite güvencesi sağlamaz.** Resmi Gazete’de yayınlanan tebliğlerde hangi Avrupa standartları veya direktiflerinin hangi tarihten itibaren uygulanacağı belirtilmektedir ve bunların sayısı her geçen gün artmaktadır. Üreticilerimizin ürünlerini belgelendirebilmeleri için öncelikle ürünlerinin uyması gereken teknik standart ve direktifler konusunda bilgi toplamaları ve üretimlerini bu çerçevede yönlendirmeleri gerekir. Bundan sonra ürüne ait; 1-Teknik resim, 2-Montaj kılavuzu, 3-Kullanım kılavuzu, 4- Satış ve tanıtım katalogu, 6- Uygulanan standartlar, 7-Bakım onarım kılavuzu, 8-Garanti belgesi, 9-Üretimde kullanılan parçalara ait belgeleri içeren bir dosya ile uygunluk değerlendirme kuruluşuna başvurmalıdır. Bu kuruluşun yapacağı test ve ölçümler sonucunda elde edilecek uygunluk belgesinden sonra ürünlerin veya ambalajlarının üzerine CE işareti koyma hakkı elde edilir. Ülkemizde üretilerek iç piyasaya sunulan ürünlerin CE işareti taşımasının zorunlu olabilmesi için, ilgili Bakanlıklar ve kamu kuruluşları tarafından hazırlanan ve ürünlere CE işareti ilişitirilmesini öngören teknik mevzuatın yürürlüğe girmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar devam etmektedir. Bu çerçevede, üreticilerin ilgili mevzuatı hazırlayarak yürürlüğe koyacak olan kamu kuruluşlarının çalışmalarını izlemesi büyük önem taşımaktadır.

CEN (Avrupa Standartlar Komitesi) (European Standardization Committee): Kısa ismi CEN olan Avrupa Standartlar Komitesi, standartların AB düzeyinde uyumlaştırılması gayesiyle faaliyette bulunan temel kurumdur. Çalışma alanı diğer iki kuruma (CENELEC ve ETSI) oranla daha geniş olan CEN, tüm sektörlerde uyumlaştırılmış AB standartları oluşturarak, ulusal standartların farklılığından doğan ve Tek Pazar’ın işleyişini olumsuz yönde etkileyen teknik engellerin kaldırılması yönünde çalışmalar yapmaktadır.

Center-Merkez

Center-merkez

CEO (Chief Executive Officer): Bir şirketteki en yüksek dereceli yönetici. **İcra Kurulu Başkanı (CEO)**, bir şirketin, Organizasyonun veya acentenin en üst dereceli yöneticisidir. Açılımı "Chief Executive Officer" dır.

Ceteris Paribus: Ele alınan konuyla ilgili analizde, bir değişkendeki değişmeyi, diğer tüm değişkenlerin sabit olduğu varsayımıyla irdelemek olarak ifade edilir.

Check Etmek-Kontrol etmek

Check Etmek-kontrol etmek

Cihanşümül-Evrensel

Cihanşümül-Evrensel

Cihet: (a.i. ç. cihât.) 1-Yan, yön, taraf. 2-Sebebe, vesile, mücib, bahane. 3-Vakıf hizmetinde vazife ve maaş. (imamet ciheti, hitabet ciheti gibi.) 4-Yer, mahâl, semt. 5-Görüş, görüş açısı.

Cihet-Yön-Taraf

CİZYE: İslam devletlerinin Müslüman olmayan uyruklarından (Zımnı) 630 senesinden sonra alınmaya başlandığı vergidir. İslam devletleri bir bölgeyi ele geçirdiğinde buradaki zımnilere üç öneri yöneltirdi: Müslümanlığı benimsemeleri, Müslümanlarla savaşmaları, Cizye ödemeleri. Cizyeyi kabul edenler, uyruk (Reaya) sayılırdı.

Codex Alimentarius (Gıda Kodu): "Codex Alimentarius" latince bir terim olup, "Gıda Kodu" anlamına gelmektedir. Günümüzdeki anlamı ise Codex Alimentarius Komisyonunun onayından geçen bütün standartları ve üye ülkelerce derlenmiş tabloları kapsamaktadır. **Codex Alimentarius Komisyonu:** 1962 senesinde düzenlenen ortak bir FAO/WHO ortak gıda standardı programını uygulamak için Codex kurulmuştur. CAC (Codex Alimentarius Commission), FAO ve WHO'nun yardımcı bir kuruluşudur. Codex Sistemi, dünya ticaretinin geliştirilmesi açısından, ticaretin kolaylaştırılmasının ve uluslararası geçerliliği olan standartların harmonizasyonunun gerekliliğinin anlaşılması üzerine oluşturulmuştur. Böylece, uluslararası kabul görmüş bu tür standartların geliştirileceğine ve sonuçta tüketici sağlığının korunacağına inanılmaktadır. Codex **Programın gayeleri:** 1-Tüketici sağlığını korumak, 2-Gıda ticaretinde uygulamaları doğru ve güvenli kılmak, 3-Uluslararası alanda hükümetler-dışı (non-govermental) ve milletlerarası kuruluşların üstlendikleri tüm gıda standart çalışmalarının koordinasyonunu sağlamak, 4-İlgili kuruluşlarının yardımıyla oluşturulan standart taslaklarının hazırlanmasında öncelikleri belirlemek ve çalışmalarını başlatmak, 4-Standartları, hükümetlerin kabulünden sonra bölgesel düzeyde veya dünya genelinde standartlar olarak bir Codex kodunda toplamak. Eylül 1989 tarihi itibarıyla 137 üye ülkesi bulunan Codex Alimentarius Komisyonunun 30 adet de alt kuruluşu vardır.

Coğrafi İşaret: Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren isim veya işaretlerdir. Bir yörenin herhangi bir ürünü, meyvesi, taşı, madeni diğer yörelerde üretilenlerden farklı olabilir veya bir yörede üretilen halı, kilim, kumaş, çini vb. herhangi bir sebeple ün kazanmış olabilir. Bu ürünlerin üzerinde o yörenin isminin kullanılması, tüketiciler tarafından o ürünün benzerlerinden farklı özelliklere sahip olduğu şeklinde algılanabilir. Coğrafi işaretler, geleneksel bilginin bir ürün gibi şekillendirildiği, paketlenildiği, alındığı ve satıldığı bir boyuttur. Ürünün kalitesi, geleneksel üretim metodu ve coğrafi kaynağı arasında kurulan sıkı bağı simgeleyen bir güvence olarak menşe ismi ve mahreç işareti olarak iki ayrı şekilde değerlendirilir. **1. Menşe İsmi:** Coğrafi işaret korumasına konu edilen ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek mecburiyetindeki ürünlerin coğrafi işaretlerine denir. Menşe ismi, menşe ismine konu ürünün tamamı ile tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerekir ve ürünlerin ait oldukları coğrafi bölge dışında üretilemezler. Eskişehir Lületaş, Erzincan Tulum Peyniri, Ege Pamuğu, Malatya Kayısı, Elazığ Öküzgözü Üzümü, Malatya Kaysısı gibi. **2. Mahreç İşareti:** Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda olduğu ürünlerin coğrafi işaretlerine denir. Mahreç işaretine konu olan ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreden kaynaklanması şartıyla, yöre dışında da üretilmesi söz konusudur. Damal Bebeği, Isparta Halısı, Siirt Battaniyesi, Adana Kebabı, Çorum Leblebisi ve Afyon Sucuğu gibi.

Consumeris: Tüketicilerin meselelerine ve tüketicileri korumaya yönelik faaliyetlerin tümü.

Copyright (Telif hakkı): Edebi, müzikal, bilimsel veya herhangi bir sanat eserinin kendisini ve şeklini üretmek, reproduksiyonunu yapmak, basmak, yayınlamak ve satmak üzere verilen özel haktır.

CV=Curriculum Vitae: Hal Tercümesi

CV=Curriculum Vitae-hal tercümesi Cv-özgeçmiş

CV=Curriculum Vitae-Hal tercümesi-Özgeçmiş

Ç

Çağrışım- İşmam

Çalak: Daima çalışan.

Çalak-Daima çalışan

Çapa (Nominal Anchor): Ekonomik karar alma süreçlerinde referans olarak alınan büyüklükleri ifade etmek için kullanılır.

Çapraz Büyüme: Diyagonal büyüme olarak da ifade edilen çapraz büyüme; işletme kendi esas faaliyet alanı dışında bulunan sektörlere girerek burada; yeni bir işletme satın alması, bir işletme ile birleşmesi veya yeni bir işletme kurması yoluyla sağlayacağı büyüme şeklidir.

Çapraz Kur: Bir ulusal paranın dışında iki yabancı paranın birbiri karşısındaki değiştirilme oranıdır.

-Çatışma Yönetimi: Organizasyonlarda olumlu ve yönetilebilen bir süreç olarak ele alınan çatışma önleyici ve çözümleyici; dondurma, kaçınma, yumuşatma, güç kullanımı, taviz verme, gaye belirleme, kişileri ve ilişkileri değiştirme, ara bulma, işbirliği ve rekabet gibi, birçok yöntem ile yönetilmesini ifade eder.

Çatışma: İki veya daha fazla kişi veya daha fazla grup arasındaki çeşitli kaynaklardan doğan anlaşmazlıklar olarak ifade edilir. Çatışma, verimliliği engelleyen, doğal olmayan ve kontrol edilmesi ve değiştirilmesi gereken bir davranışsal sapmadır. Organizasyonel çatışma ise, kişiler ve grupların birlikte çalışma meselelerinden kaynaklanan ve normal faaliyetlerin durmasına veya karışmasına sebep olan olaylar olarak tanımlanabilir. **Organizasyon içi çatışmalar:** kişinin kendi içindeki çatışma, çalışanlar arasındaki bireysel çatışmalar, organizasyonda doğal ve sosyal gruplar arası çatışmalar; hasımlar ve karşıt gruplar arası çatışmalar; hiyerarşik yani alt-üst çatışmaları; eş düzey

yöneticiler ve birimler arası yatay çatışmalar; merkez ve taşra organizasyonu arasındaki çatışmalar olarak ortaya çıkmaktadır. **Organizasyon dışı çatışmalar:** kurumlar arası çatışmalar ile Organizasyon ve yönetim üzerindeki dış baskı unsurları ve güç odaklarıyla olan çatışmalardır.

Çatışma: Kişi ve gruplar arasında gaye farklılıklarından kaynaklanan ve verimliliği engelleyen, doğal olmayan ve kontrol edilmesi ve değiştirilmesi gereken bir davranış sapmasıdır.

Çek etme-Sağlama

Çekirdek Enflasyon (Core Inflation): Tüketici ve Toptan Eşya Fiyat Endeksleri gibi, genel kullanıma açık mal ve hizmet sepetlerinden oluşan enflasyon endekslerinin temel enflasyonist eğilimleri tam olarak yansıtmadığı varsayımı ile, bazı mal grupları ile fiyat değişmelerine yol açan bir takım unsurların enflasyon endeksinden çıkarılması sonucu ulaşılan bir enflasyon tanımıdır.

Çevko: çevre koruma faaliyetlerinin ülkemizde organize olmuş, isimlendirilmiş ve hedefi çevreyi koruma ve ambalaj atıklarını yeniden değerlendirme faaliyetlerini yürütmektedir.

Çevre Bilinci: Tabii dengenin bozulmasına ve çevre kirliliğine karşı kendi etkinliğinin bilincinde olma ve kaynak kullanım ve tüketiminde gelecek nesiller için sorumlu bir tutum sergilemedir. Tüketiciler için ise çevrecilik 1960'larda bir "uyanma zamanı", 1970'lerde "harekete geçme dönemi", 1980'lerde "hesaplı olma zamanı" ve 1990'larda "pazardaki güç" olarak tanımlanmıştır. Özellikle bu son dönemde tüketiciler, doğal kaynakları kullanmanın sınırları olduğunu ve düşünülenden çok daha hassas gerçekleri bulunduğunu farkına varmışlardır.

Çevre Hakkı: tabii ortam ve hayat şartlarına olumsuz etki ve zararları önlemek ve cezalandırmak gayesiyle devletin gerekli önlemleri alma ve her insanın sağlıklı ve ekolojik olarak dengeli bir çevre hakkına saygılı olarak, eşya ve malların kullanımını düzenleme yükümlülüğünü öngörür.

Çevre Kirliliği: Kişinin özel ve sosyal çevresinde oluşan ve istenmeyen etkiler olarak ifade edilir. 2872 sayılı Çevre Yasası'nın II. maddesine göre; insanların her türlü faaliyetleri sonucu, havada, suda ve toprakta meydana gelen olumsuz gelişmelerle ekolojik dengenin bozulması ve aynı faaliyetler sonucu ortaya çıkan koku, gürültü ve atıkların çevrede meydana getirdiği arzu edilmeyen sonuçlardır. **Çevre kirlenmesinin türleri,** hava, su, toprak ve gürültü kirliliği olarak sıralanır. Bu durum bir çevre meselesi olarak görülmektedir. **1-Hava Kirliliği:** Hava tüm canlıların yaşaması için hayati önem taşır. Yerkürede cereyan eden bütün üretim ve tüketim faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan atıklarla hava kirlenmektedir. Hava kirliliği, canlıların yaşamını olumsuz yönde etkileyen veya maddi zararlar meydana getiren havadaki yabancı maddelerin normalin üzerinde artması şeklinde tanımlanmaktadır. Hava kirliliği; toz, duman ve değişik gazların havada normalin üzerinde bulunmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu durum daha çok sanayileşmenin ileri boyutlara ulaşmasıyla hız kazanmıştır. **2-Suların Kirlenmesi:** Hava gibi, su da canlıların ve bitkilerin yaşamlarını sürdürmede vazgeçilmez bir yere ve öneme sahiptir. "Dünyanın yaklaşık olarak dörtte üçü sularla kaplıdır. Dünyadaki suların yalnızca % 3'ü tatlı, geri kalanı ise tuzludur. Dünyada bulunan sulardan insanların kullanabileceği miktarının oldukça az olması, nüfusun artışına bağlı olarak önemini de arttırmaktadır. Su kirliliği kavramı, "en geniş anlamı ile ekolojik yapının bozulmasını ifade eder. Bir başka anlatımla, su kaynaklarının kullanılmasını bozacak ölçüde organik, inorganik, biyolojik ve radyoaktif maddelerin suya karışmasına su kirliliği denir."**3-Toprak Kirlenmesi:** Toprak kirlenmesi, toprağın insanlar tarafından absorbe etme kapasitesinin üzerinde çeşitli bileşikler ve toksik maddeler ile yüklenmesi sonucunda normal fonksiyonlarını yerine getiremez duruma gelmesidir. Toprağa verilen aşırı miktarda su, kimyasal gübreler ve diğer atıklar toprakla beraber suların kirlenmesine ve doğal olarak tabii dengenin bozulmasına sebep olmaktadır. Toprağın erozyona maruz kalması da bir toprak kirlenmesi olarak görülebilir. Erozyon, yağmur suları ve rüzgâr gibi, etkilerle verimli toprak tabakasının aşınarak bulunduğu yerden başka yere taşınmasıdır. Erozyon günümüzde en önemli çevre meselesi olarak görülmektedir. Özellikle ekonomisi tarıma dayalı yöreler açısından bu mesele daha da önem arz etmektedir. Çünkü erozyon vasıtasıyla tarım için mevcut verimli topraklar elden çıkmakta, buna bağlı olarak da tarımsal üretim gerilemektedir. **4-Gürültü kirliliği:** Gürültü insanların huzur ve sükûnunu, ruh ve beden sağlığını bozacak seviyede, rastgele istenmeyen seslerdir. Gürültü kirliliğinin başlıca kaynakları; inşaat işleri, yol trafiği, uçakların çalışması ve ağır donanımlardır. Bunların dışında eğlence, müzik ve değişik spor türlerinin ortaya çıkması, eğlence yerlerindeki ses düzeninin iyi olmaması gürültü kirliliğine sebep olmaktadır. Gürültü ancak; gürültü çıkaran sesleri en aza indirmek, etki süresini azaltma, hoşça giden ve daha az rahatsız edecek hale getirmekle mümkündür. Gürültü kirlenmesi içerisinde ifade edilebilecek **elektromanyetik kirlenme** ise; elektronik cihazların çok fazla kullanılmasından dolayı elektromanyetik alanların normal seviyenin üzerinde oluşması ve böylece biyolojik denge ve yapı üzerinde istenilmeyen etkiler oluşturması şeklinde ifade edilmektedir. Bu kirlenme türü genelde, enerji nakil hatlarından, flüoresan lambalardan, mikro dalga fırınlardan, 50 Hz frekansa 220 volt gerilime sahip elektrik besleme sisteminden ve bu voltaj ile çalışan her türlü araçtan kaynaklanmaktadır. Gelişen teknolojiye bağlı olarak farklı çevre kirlilikleri de ortaya çıkmaktadır. Bir teknolojik ürün hayatı kolaylaştırırken diğer yandan bazı zararları da insan vücuduna vermektedir.

Çevre Korumacılığı: İnsanların içerisinde yaşadıkları çevrenin hızla kirlenmesini ve doğal dengenin bozulmasını önleme gayretleri.

Çevre Meseleleri: Su, hava ve toprak kirlenmesi, kültürel değerlerin tahribi ve gürültü gibi, unsurlar anlaşılır.

Çevre: Bir canlının, kişinin, organizasyonun veya toplumun hayatını etkileyen toplumsal, kültürel, ekonomik ve fiziki şartların toplamı olarak sürekli değişen sabit olmayan bir ortam şeklinde ifade edilir. İşletmeler açısından çevre iç ve dış olarak iki şekilde ifade edilir. **İç çevre,** işletme açık sistem yaklaşımı içerisinde işletmenin kendi içerisinde oluşturduğu bölüm, kısım gibi, alt birimlerin birbirleri ile olan ilişkileri ve işletme iç iklim ve kültürünü yansıtır. **Dış**

çevre ise organizasyonun dışında bulunan ve organizasyona girdilerin temin edildiği ve işlem sürecinden çıktıktan sonra ürünlerin sunulduğu kesimler ile birlikte etkilediği ve etkilendiği diğer kesimleri ifade eder. Dolayısıyla açık bir sistem olan işletmeler, alt sistemleri arasında “iç uyum” ve işletme çevresi ile “dış uyum” sağlayarak gayelerine ulaşmak durumundadır. Bu sebeple işletmeler, bazı kişi, kurum ve kuruma ait düzenlemelerle dolaylı ve dolaysız ilişki kurmak ve bu ilişkiyi yönetmek durumundadır.

Çevre: Bir kişi veya topluluğu etkileyen fiziki ve sosyal şartların toplamı olarak, sürekli değişen, sabit denge halini korumayan hareketli bir ortamdır. Çevre, İnsanların biyolojik, sosyal ve ekonomik işlevlerini sürdürdükleri ortam olarak da tanımlanmaktadır. Bütün dünyada 5 Haziran Dünya Çevre Günü

Çevre-Muhit

Çevre-Muhit

Çıkarılmış Sermaye: Kayıtlı sermaye sistemine tabi ortaklıkların satışı yapılmış (ihraç edilmiş) hisse senetlerini temsil eden sermayelerdir.

Çıkar-Menfaat

Çıpa: Göbek, orta.

Çifte Vergileme: İki kez vergilendirme. Bir vergi matrahının aynı ülkede veya ayrı ayrı iki ülkede iki defa vergiye konu olmasıdır.

ÇİFT-HANE: Osmanlı Devleti’nde hane halkına ait olan toprak alan ölçüsüdür. Bir çift öküzle sürülebilen, işlenebilen toprak genişliğidir. Bu genişlik 60 ile 150 dekar arasında değişir. Çiftlik sözcüğü buradan türemiştir.

Çoklu Zekâ Teorisi: Zekânın sayısal olarak sabitlenmesine karşı olduğu için, testlere de karşıdır. Be sebeple zekâ alanlarının tespitinde test dışı tekniklerin kullanılması önerilmektedir. Bu tekniklerden bazıları şunlardır: 1- Gözlem, 2- İşaretleme Listeleri, 3- Dereceleme Ölçekleri, 4- Anekdot Kaydı, 5- Kimdir Bu?, 6- Görüşme.

Çok-Ziyade

Çözümleme-Analiz

Çözümleme-analiz

Dağıtım Kanalı (Distribution channel) : 1-Üreticilerle ürünlerin kullanıcıları arasındaki bağlantıyı sağlamak için gerekli bütün aktiviteleri yerine getiren birimlerin bir network oluşturacak şekilde organize olması. 2- Ürünü hedef pazara taşıyan ve böylelikle satın almaya uygun hale getiren bir pazarlama karması bileşenidir. Dağıtım kanalı, bir ürünün üreticiden tüketiciye doğru hareketinin izlendiği yoldur. Dağıtım kanalı yerine pazarlama kanalı kavramı da kullanılır. Dağıtım direk ve dolaylı olarak iki şekilde yapılmaktadır. **Dolaylı dağıtımda sık kullanılan araçlar:** **Acente**, bir kuruluşa bağlı olmaksızın sözleşmeye dayanarak belirli bir yer ve bölge içinde sürekli olarak ticarethane veya işletmeyi ilgilendiren işlerde aracılık eden, bunları o işletme ismine yürüten gerçek veya tüzel kişidir. Hizmetlerde acente hizmet üreticisi ismine hareket eden ve müşteri ve hizmet üreticisi arasında sanki direkt bu iki taraf arasında gerçekleşiyor gibi, bir kanuni ilişki kurmak yetkisine sahip olan kişidir. Hizmeti üreten ana firma acentenin yaptığı hareketlerden dolayı vekâleten sorumlu olur. **Brokerler (Komisyoncular)**, alım ve satım işlemlerine belli bir komisyon karşılığı aracılık eden, işlemleri kendi adına ancak taraf olduğu kişi veya kurumlar hesabına yapan işlemciler verilen isimdir. Brokerler alıcı ve satıcının uzun dönemli temsilcisi değildirler ve çok az risk alırlar. Gayrimenkul, sigorta ve hisse senedi brokerleri en bilinen örnekleridir. **Dağıtım Kanalı (Distribution channel) :** 1-Üreticilerle ürünlerin kullanıcıları arasındaki bağlantıyı sağlamak için gerekli bütün aktiviteleri yerine getiren birimlerin bir network oluşturacak şekilde organize olması. 2- Ürünü hedef pazara taşıyan ve böylelikle satın almaya uygun hale getiren bir pazarlama karması bileşenidir. Dağıtım kanalı, bir ürünün üreticiden tüketiciye doğru hareketinin izlendiği yoldur. Dağıtım kanalı yerine pazarlama kanalı kavramı da kullanılır. Dağıtım direk ve dolaylı olarak iki şekilde yapılmaktadır. **Dolaylı dağıtımda sık kullanılan araçlar:** **Acente**, bir kuruluşa bağlı olmaksızın sözleşmeye dayanarak belirli bir yer ve bölge içinde sürekli olarak ticarethane veya işletmeyi ilgilendiren işlerde aracılık eden, bunları o işletme adına yürüten gerçek veya tüzel kişidir. Hizmetlerde acente hizmet üreticisi adına hareket eden ve müşteri ve hizmet üreticisi arasında sanki direkt bu iki taraf arasında gerçekleşiyor gibi, bir kanuni ilişki kurmak yetkisine sahip olan kişidir. Hizmeti üreten ana firma acentenin yaptığı hareketlerden dolayı vekâleten sorumlu olur. **Brokerler (Komisyoncular)**, alım ve satım işlemlerine belli bir komisyon karşılığı aracılık eden, işlemleri kendi adına ancak taraf olduğu kişi veya kurumlar hesabına yapan işlemciler verilen isimdir. Brokerler alıcı ve satıcının uzun dönemli temsilcisi değildirler ve çok az risk alırlar. Gayrimenkul, sigorta ve hisse senedi brokerleri en bilinen örnekleridir.

Dağıtım Yoğunluğu (Distribution intensity): Belirli bir kategoriyi stoklarında bulunduran perakendecilerin sayısı.

Dağıtımçı: Belli bir coğrafi bölgede, imalâtçıdan aldığı malları tekrar satan ve imalâtçı ile yaptığı sözleşme gereği söz konusu malların dağıtımına ilişkin özel hakları bulunan gerçek veya tüzel kişi. **Distribütör (– Franchising, dağıtımçı, yetkili bayilik –),** ayrıcalık, imtiyaz, serbest bırakmak olarak belirli bir hizmet imtiyaz hakkına sahip bir işletmenin belli süre, şart ve coğrafik sınırlamalar dâhilinde, işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin tam ve doğru bilgi, destek sağlamak suretiyle, imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere, yerel pazarlarda faaliyet gösteren diğer bir işletmeye veya işletmelere verdiği imtiyazlardan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir işbirliğidir. Burada ayrıcalığı veren; franchisor, ayrıcalığı alan; franchisee ve ayrıcalığın kendisi; franchise olmaktadır. Hizmet işletmelerince yaygın aracı türlerinden olarak birçok hizmet kategorisinde büyümenin bir yolu yetkili bayilik sisteminden geçmektedir. Günümüzde hizmet sektöründe; gayrimenkul satışı, otomobil tamiri, konaklama, eğlence kiralama, lokanta, kuru temizleme, işletme hizmetleri ve hastaneler gibi, çok geniş bir yelpazedeki hizmetlerde yetkili

bayilik kullanılmaktadır. **Elektronik dağıtım kanalları ise:** hizmetlerin dağıtımında doğrudan insan etkileşimini gerektirmeyen tek kanal seçeneği olarak görülür. Gerekli olan unsurlar önceden tasarlanmış hizmetle ve buna ulaştırılacak bir elektronik araçtır. Ses, görüntü ve bilgi gibi, hizmetlerin müşterilerine direkt ulaştırılmasının yeni yollarından önemlileri internet, uydular ve bilgisayarlardır.

Dâhil-İç

Dâhili-İçerisinde

Dalgalı (Serbest) Kur Sistemi (Free Floating): Kurun hiçbir müdahale olmadan tamamen piyasada oluşan arz ve talep şartlarında belirlendiği sistemleri ifade eder.

Damping (Dumping): Bir ürünü maliyetinin altında veya iç piyasada geçerli olan fiyatın altında fiyatlandırma uygulaması. Yani, bir mal veya hizmetin dış piyasadaki fiyatının, iç pazardan daha düşük tutulmasıdır.

Danışma (istişare): Bir hususun doğru, iyi ve hayırlı olup olmadığını anlamak için uygun görülen bir kişi veya kişilerle fikir alış verişinde bulunmak demektir. İstişare sünnettir. Bir hadis-i şerif, "İstişare eden zarar görmemiştir" mealindedir. Kamu yönetiminde önemli bir işlev olan karar vermede önemli iki husus, karar verme sürecinde uzmanların ve ilgili olabilecek diğer kişilerin görüşlerinin (istişare) alınması ve alınan karar ile ilgili olarak yöneticinin sorumluluğudur. Uygun zamanda ve şekilde verilmeyen kararlar belli bir sorumluluk gerektirir. Karar alınmadan önce konunun uzmanı olan birçok kişinin görüşü alınmış olabilir, kararın alınmasında bu kişilerin önemli katkıları bulunabilir, fakat karar alındıktan sonra, bunun sorumlusu kararı alan yöneticidir.

Danışma (istişare): Bir hususun doğru, iyi ve hayırlı olup olmadığını anlamak için uygun görülen bir kişi veya kişilerle fikir alış verişinde bulunmak demektir.

Danışman-Müşâvir

Darmadağın-Darmaduman

Darmadağın-darmaduman

Data-Veri

Data-veri

Davranışsal Ekonomi Yaklaşımı: Kişilerin ekonomik faaliyetlerini incelerken yalnızca ekonomik değişkenlerden oluşan modellerin yetersiz kalacağını savunan bir görüş. Davranışsal Ekonomi yaklaşıma göre; çok sayıda gözleme dayanarak ekonomik aktörlerin davranışlarını incelemek ve ekonomik verilere teknolojik, sosyolojik ve psikolojik unsurları da katarak teori oluşturmak gerekmektedir. Kişiler; bilgisizlik, boş zaman tercihi, riskten uzak durma, prestij, mesleki gösteriş, statü, sosyal ve politik belirsizlikler ve kişisel ilişkileri bozmama gibi, çeşitli sebeplerle ekonomik menfaatleri maksimize etmek gayesiyle davranmayabilirler. Çok sayıda ve iç içe olan bu faktörler matematiksel bir modele dâhil edilebilecek faktörler olduğu gibi, sayısal olarak ifade edilemeyecek yani sosyal faktörlerde olabilmektedir. 2002 senesinde Nobel Ekonomi Ödülü'nü ilk kez bir psikoloji profesörünün, Daniel Kahneman'ın kazanmış olması davranışsal ekonomi kavramını yeniden gündeme getirmiştir. Davranışsal ekonomi yaklaşımını savunanların deneysel araştırmaları ekonomik kararlarda rasyonellikten ziyade duygusallığın ağır bastığını göstermektedir. Oysa ekonominin temel varsayımı olan "homo economicus" kavramı kişilerin ekonomi ile ilgili konularda rasyonel davrandıklarını vurgulamakta ve piyasanın en doğru çözümü bulduğu inancı da bu varsayıma dayanmaktadır. Davranışsal ekonomi sosyal bilimlerde disiplinler arası çalışmanın önemini bir kez daha ortaya çıkardığı gibi, ekonominin sosyal içeriğinden koparılıp, salt teknik bir disiplin gibi, uygulanması eğilimlerinin geçerliliğini sorgulanır hale getirmektedir.

Dawnlad etmek-indirmek

Download-İndirmek

Dayanak-İstinat

Dealer: Alım-satım işlemlerinde kendi nam ve hesabına hareket eden kişi ve kurumlara verilen isimdir.

Deflasyon: Enflasyonun tersidir. Genel fiyat düzeyleri düşerken ulusal gelir, üretim ve istihdamın da düşmesidir.

Deflasyon; genel olarak piyasada fiyatların belirli bir zaman aralığında sürekli düşüş göstermesi durumudur.

Değer – Value: Ekonomi, sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, felsefe alanlarında çok farklı tanımlanan ve bu tanımlar çerçevesinde yaklaşımlar geliştirilen kavramların başında gelmektedir. **Verimlilik açısından düşünüldüğünde değer;** (1) bir işgörenin çalışma hayatında yönetime ve ürettiği ürüne kattığı her türlü olumlu veya olumsuz (değersiz) unsurlar. (2) tüketicinin ödediği bedel karşılığında elde ettiğini düşündüğü faydaların toplamı. (3) üretim faktörlerinden herhangi birisinin nihai ürüne yansımalarının doğurduğu şekli, işlevsel kullanım veya pazarlama seçenekleri farklılıkları. (4) bir organizasyonun yönetim ve uygulama şekilleriyle işgörenlerin hayatına kattığı hayat kalitesi artırma girişimlerinin sonuçları olarak ele alınabilir.

Değer Analizi -Value Analysis-: Ürünün, fikrin veya hizmetin kendinden bekleneni sağlama derecesini araştırmak, değerini artırmak, maliyetini düşürmek gayesiyle ürünü ve üretim sürecini dizgesel olarak inceleyen bir analiz tekniği.

Değerler eğitimi; dürüstlük, adalet, demokrasi, sevgi, saygı, hürriyet, ahlâk, fazilet, estetik ve vicdan gibi, cihanşümül (evrensel) değerlerin ve bunların altı başlıklarının "etkinlik temelli" bir eğitim uygulaması ile kişilere kazandırılmasıdır. Toplumu yönlendiren; iyi-kötü gibi, ahlâki, doğru-yanlış gibi, mantıki, sevap-günah gibi, dini ve güzel-çirkin gibi, estetik değerler bulunmaktadır. Bu değerler eğitimi ile eleştirel düşünme, sentez yapabilme, problem çözebilme ve sebep - sonuç ilişkisini kestirebilme gibi, özellikler kazandırılabilir.

Değişim Mühendisliği -Engineering of Change-: Süreç danışmanlığı olarak da ifade edilen değişim mühendisliği; bir kuruluşun hızla değişen dünya şartlarına ayak uydurmak üzere, kendisini fiziki ve psikolojik

platformda baştan aşağı yeniden düzenlemesi konusunda görevlendirilmiş bir uzaman yardımıdır. „Diğer bir tanıma göre ise, değişim mühendisliği, performansta çarpıcı geliştirmeler yapmak gayesiyle iş süreçlerinin temelden yeniden düşünülmesi ve radikal bir şekilde değiştirilerek yeniden tasarlanmasıdır. Bu tanımda değişim mühendisliği açısından **dört anahtar kelime** bulunmaktadır; **1. Çarpıcı Geliştirme:** Performansta büyük bir atılım sağlamak ve büyük çıkışlar yapmaktır. **2. Radikal Değişim:** Var olan bir şeyi değiştirmek değildir söz konusu olan: Her şeyi bir kenara bırakarak, en baştan başlamak, yeniden kurmaktır. **3.Süreç:** Süreç sözcüğü ile bir araya geldiklerinde müşteri için değer oluşturan, birbirleriyle ilişkili işler grubu kastedilir. **4. Yeniden Tasarım:** İşin yapılma şeklinin, iş sürecinin yeniden tasarlanmasıdır. / İşletmeler gelişen dünya şartlarına ayak uydurabilmek ve küresel rekabet ortamı içerisinde başarılı olabilmek için kendilerini geliştirmek zorundadırlar. İşletmelerin bu değişimi gerçekleştirebilmeleri için ilk aşamada küresel bir vizyon oluşturmaları ve bu vizyonu çalışanları ile paylaşmaları gerekir, ikinci aşamada, işletmelerin kültürlerinde ortaya çıkan değişimler yani işletmelerin kültürleri, yapılacak yenilikleri ve atılımları destekleyici bir yapıya kavuşturulmalıdır. Değişim sürecinde son aşama ise, işletmelerin insan kaynakları yönetiminde gerçekleştirilebilecek değişimlerdir. Organizasyonu geliştirme, yenileme ve sürekli iyileştirme gibi, kendi süreçlerini anlama ve çevreye uyarlama ve ilişkileri geliştirme için organizasyonel danışmanlığın en gelişmiş olan süreç danışmanlığına ihtiyaç vardır. Organizasyonda süreç danışmanının işi, Organizasyon üyelerinin, organizasyon süreci ve bu sürecin sonuçları ile bu süreci iyileştirme yollarının farkına varmalarını sağlayarak, organizasyonun gelişimine yardım etmektir. **Değişim mühendisliği, değişim yönetimi ve süreç yönetimi olarak da ifade edilen süreç danışmanlığı:** Bir kuruluşun hızla değişen dünya şartlarına ayak uydurmak üzere, kendisini fiziki ve psikolojik platformda baştan aşağı yeniden düzenlemesi konusunda görevlendirilmiş bir uzaman yardımıdır. Diğer bir tanıma göre ise, değişim mühendisliği, performansta çarpıcı geliştirmeler yapmak gayesiyle iş süreçlerinin temelden yeniden düşünülmesi ve radikal bir şekilde değiştirilerek yeniden tasarlanmasıdır.

Değişim Yönetimi - Change Management:- İş süreçlerinde ortaya çıkan değişimlerin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesi, planlanması ve benimsenmesi süreci olarak tanımlanabilir. Değişim Yönetiminin gayesi, etkin bir işletme stratejisi ile organizasyon performansını artırmak ve sonrasında ise sürekli gelişmeyi sağlamaktır. Yeni Ekonomi yapısı içinde değişim, önemini daha da artırmıştır. Günümüzde, dünyada en fazla tartışılan ve konuşulan konuların başında, değişim kavramı yer almaktadır. Özellikle son senelerde giderek artan küreselleşme olgusunun da etkisiyle, işletmeler Değişim Yönetimi kavramıyla, daha fazla ilgilenmek durumunda kalmışlardır.

Değişim yönetimi; organizasyon değişimini gerçekleştirmek için üst yönetimden tüm çalışanların da gelişimini sağlama ve iş süreçlerinde ortaya çıkan değişimlerin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesi, planlanması ve benimsenmesi sürecidir.

Değişim; planlı veya plansız bir şekilde sistemin bir durumdan başka bir duruma dönüşmesi için, kalite, iş ahlakının yerleşmesi, yönetim ve siyasette liyakat, çalışmada yüksek performans, dünya ölçeğini aşan bir organizasyon ve teknolojiye yüksek seviyeyi sağlamaktır. **Değişim mühendisliği** ise işletmelerin rekabet edebilmek ve müşterilere daha kaliteli, uygun fiyatta, hızlı ve daha iyi mal veya hizmet sunabilmek için, işletme bünyesindeki tüm iş yapma usul ve süreçlerinin köklü bir şekilde yeniden yapılandırılmasıdır.

Değişken Maliyet -Variable Cost- :Toplam üretim hacmindeki artış veya azalmaya göre değişen maliyet. Hammaddede ve işgücü maliyetleri değişken maliyetler arasında sayılmaktadır.

DEİK: Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'nun önde gelen gayesi, Türkiye'nin yabancı ülkeler ve uluslararası topluluklarla olan ekonomik, ticari, sınai ve mali ilişkilerini izlemek, bu ilişkilerin kurulmasına ve geliştirilmesine yardımcı olmaktır. DEİK bu gayeye ulaşmak için sınıflar işbirliği başta olmak üzere dış ticaret ağının genişletilmesi ve hizmet sektörlerinin yurtdışına açılması gibi, iş dünyasına yeni Pazar imkânları sağlayacak hedeflere yönelmektedir. Türkiye ile yabancı ülkeler ve uluslararası topluluklar arasında sektörel temelde iş imkânlarını araştırarak, mevcut imkânların harekete geçirilmesine ve iş fırsatlarının değerlendirilmesine de yardımcı olmayı görev edinen DEİK, Türk ekonomisinin dünya ekonomisi ile bütünleşmesi konusunda çaba harcamaktadır. DEİK, mal ve hizmet ticareti konusunda işbirliğinin geliştirilmesi yanında, bilhassa Türkiye'deki yatırım ortamının yurtdışında tanıtımı konusunda aktif çalışmalar yürütmekte, yabancı yatırımcıları Türkiye'de uzun vadeli yatırımlara teşvik etmekte ve Türk işadamları için cazip bölgelerde Türk yatırımlarının artması ve teşvik edilmesi yönünde çalışmaları da sürdürmektedir. 1988 senesinde kurulan DEİK, 5174 sayılı Kanunun 58. Maddesine dayanılarak hazırlanan ve Kasım 2005'te yürürlüğe giren Yönetmelik uyarınca özel hukuk hükümlerine tabi tüzel bir kişilik kazanmıştır. Bu Yönetmelik uyarınca yeniden yapılanan DEİK, Türkiye'nin önde gelen birlik, dernek, vakıf gibi, özel sektörü temsil eden kurucu kuruluşlardan oluşmaktadır. DEİK iki taraflı İş Konseyleri aracılığı ile faaliyet göstermektedir. Yabancı ülkelerde iş dünyasını temsil niteliğine sahip bir muhatap kuruluş ile işbirliği anlaşması imzalanmakta ve bu kuruluş "karşı kanat" olarak adlandırılmaktadır. Kasım 2006 itibarıyla DEİK bünyesinde 75 ülke ile karşılıklı iş konseyleri kurulmuş durumdadır. Firmalar doğrudan doğruya ilgi alanlarına giren ülkelerin veya bölgelerin iş konseylerine üye olmaktadır. Bölgesel olarak bakıldığında halen 75 ülke ile mevcut iş konseyinin dünyanın 10 değişik bölgesinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bir firmadan birden fazla temsilcinin değişik iş konseylerine üye olması mümkündür. Bu sebeple, Kasım 2006 itibarıyla, 538 firmanın 1280 üyeliği mevcuttur. Firmaların Konsey faaliyetlerine katılımı kendilerinin belirleyeceği temsilciler vasıtasıyla sağlanmaktadır. İş dünyasında kişisel temasların ve tanıtımın rolü ve önemi sebebiyle Konsey faaliyetlerinin önemli bir bölümünü ortak toplantılar ve heyet değişimleri oluşturmaktadır. Ortak toplantılar senede en az bir kez, değişimli olarak Türkiye'de ve "karşı kanat" ülkede yapılmaktadır.

Demir Madeni: “Yani demir dünyanın elementi değildir. Ama dünyada çok büyük oranda demir var. Mademki var o zaman demir nereden gelmiştir? Buyurun Hadid Sûresi 25’ci ayet: ‘Size demiri indirdik’. Demir diye başlı başına sûre var. O yüzden metafizikle ilmi ayıramazsınız.” dedi. Dünyadaki manyetik alanın demirin çarpmasıyla olduğunu bildiren Yakut, bu sayede insanların yönünü bulduğunu aktardı. /**KARA DELİK, İÇİNE GİRENLERİ BAŞKA BİR ÂLEME AKTARIYOR** /Güneşin çekim gücüyle Sedna gezegenini kendine bağladığını söyleyen Kemal Yakut, “Kara delikler ise güneşten 2 milyon kat daha fazla çekim gücüne sahip. Peki, bu kara delik her şeyi içine çekiyor, yutuyor mu? Yutuyor ve başka bir âleme aktarıyor. Hakkında hiçbir deney yok. Çünkü ona girenin bu âlemde işi bitiyor, başka bir âleme aktarılıyor.” şeklinde konuştu. Kara delikten üfürüldüğünde kıyametin kopacağını iddia eden Yakut, “Güneş sisteminin kara deliğe en yakın geçiş tarihini veriyorum; 21 Aralık 2012. Güneş sistemi bu tavaf hareketini 21 bin 516 senede bir tamamlıyor. Bu tarihte 21 Aralık’ta doluyor.” ifadesini kullandı. Bu olayı çok öncelerden Mayaların bildiğini anlatan Prof. Dr. Yakut, onlara Zülkarneyn Peygamberin öğrettiğini vurguladı. Yakut ayrıca Mayaların yaklaşık 22 bin senede bir güneşin bir doğudan bir de batıdan doğduğunu tesbit ettiklerini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: “Şu anda doğudan doğuyor. Bundan sonraki süreçte göreceksiniz yoğun bir şekilde depremler olacak. Dünya çapında yanardağ patlamaları olacak. Çünkü dünyanın merkezindeki demir emiliyor. Bu da dünyanın çekim alanına girdiğini gösterir.” Bu demir emilimi dolayısıyla dünyanın ekseninin kaymış durumda olduğu bilgisini veren Yakut, bu olay sebebi ile artık kutupsal bölgelerde yön bulunamaz duruma gelineceğini söyledi. Bu yüzden Sibiry’a da birkaç tane havalimanı kapatıldığını da ekleyen Yakut, “Dünya’daki tüm manyetik elementler bilhassa demir içeren tüm varlıklar hızla çekilmektedir. Yani manyetik kutup değişimi başlamış ve Dünya’nın manyetik eksenini Alaska’dan Sibiry’a kadar kaymış bulunmaktadır. Toplu kuş, balık, yarasa ölümleri GPS ile ilgilidir. Çünkü hayvanlar yanlış koordinata gittikleri için ölüyorlar.” şeklinde bilgi verdi.

Demografi: İnsan topluluğunun belirli niteliklerini ölçen bilim dalıdır.

Demokrasi: (yun.i.) Halk hakimiyetine dayanan, temel hak ve hürriyetleri, eşitliği sağlayan yönetim.

Denetim/Kontrol/Değerleme: Organizasyonun gayelerine ulaşip ulaşmadığını veya ne ölçüde ulaştığını araştırmak ve gayelerden sapmalar olduğunda düzeltici tedbirler almaktır.

Denetim-Kontrol

Denetim-kontrol

Denetleme, değerlendirme, kontrol –Auditing-: Hedeflenen bir gayeye varılıp varılmadığını veya hangi ölçüde varılmış olduğunu inceleyerek meselelere ortaya koyan ve meseleyi oluşturan sebeplerin ortadan kaldırılması gayesiyle yöntem geliştiren veya varolan bir prosedürü uygulayarak onu istenilen yöne yöneltmeyi sağlayan bir yöntem, bir davranış.

Deneyim Pazarlaması: Ürünlerin analitik, rasyonel ve mekanik özelliklerini sunan geleneksel (klasik) pazarlamanın yetersiz kaldığı alanı doldurmaya yönelik; tecrübeler, duyguya, algıya dayalı ve davranış temelli değerler sunan bir pazarlama anlayışıdır.

Deneyim-Tecrübe

Deneyim-tecrübe

Denge-Muvazene

Denge-Muvazene

Denk Bütçe Çoğaltanı -(Çarpanı) Balanced Budget Multiplier-: Kamu giderlerinin vergilerle finanse edilmesi durumunda GSMH’da oluşacak değişimin büyüklüğünü belirleyen katsayı.

Denli-oranda-nisbetinde

Denli-Oranda-Nispetinde

Departman-Bölüm

Departman-bölüm

Değerlendirme –Ranking-: İş etüdü gözlemcisinin standart hız kavramına göre, işçinin çalışma hızının değerlendirilmesi.

Desiderius Erasmus: Hümanist akımın öncüsü.

Desing: Modern tasarım.

Desing-Modern tasarım.

Detay-Ayrıntı

Dev işletmeler: Çalıştırdıkları eleman sayısı **2000’den fazla** olan ve üretim ve rekabet güçleri yüksek, büyük pazar paylarına sahip, sermaye büyük, dünyaca tanınmış ve çok sayıda sahip veya hissedarlarının olduğu ve dünyanın birçok ülkesinde faaliyet yürüten işletmelerdir. Dev işletmeler, genelde global işletmeler olarak; IBM, FORD, GENERAL MOTOR, STFA VARYAP, McDonalds ve Burger King, Ford ve General Motors, Shell ve BP, Coca Cola ve Pepsi ve Microsoft gibi, dünya çapında faaliyet gösteren, tarafsız bir dünya görüşü siyaseti izlemeye ve her türlü AR-GE’ye önem vererek, diğer işletmelerin yapamayacağı büyüklükteki; harp nakliye uçakları, gemiler, elektrik santralleri, barajlar, asma köprüler gibi, yatırımlar yaparlar. Dev işletmelerde çalışanlar arasında yakınlık, işbirliği ve yardımlaşma duyguları, diğer işletmelerin çalışanlarına oranla zayıftır. Bazı bölgelerde dev sanayi işletmelerinin yoğun olarak bulunması oralarda bir sanayi işçisi sınıfının gelişmesine sebep olmuş ve çalışanlar dayanışma içinde hak arama ve koruma faaliyetleri işletme ile çalışanlar arasındaki iyi ilişkileri zayıflatarak, grev ve lokavt gibi, çatışmalara yol açabilmektedir.

Devalüasyon: Sabit kur sestemlerinde ödemeler bilançosu açık veren ülkenin hükümetçe alınan bir kararla, ulusal paranın dış satın alma gücünün düşürülmesidir. İng.: devaluation Bu yolla ithal malları pahalılaştırırken yerli malların

fiyatı da aşağı çekilmiş olur. İhracatta artış sağlanmasına rağmen aynı yabancı para karşılığında daha çok ürünün değiştirilmesi ulusal ekonomi için sömürülmesini anlamındadır. **Devalüasyon:** Ulusal paranın yabancı paralar karşısındaki değerinin azalmasını ifade eder. Mesela,, Türk Lirasının ABD doları karşısındaki değerinin 1.200.000 TL'den 1.300.000 TL' ye düşmesi, TL' nin (ABD dolarının değer kazanması) 100.000 Lira değer kaybetmesi anlamındadır. **Devalüasyon;** sabit kur sistemlerinde ödemeler dengesi açık veren ülkenin ulusal parasının dış satınalma gücünün, hükümet tarafından alınan bir kararla düşürülmesidir. Diğer bir tanımla **devalüasyon;** bir devletin resmi para biriminin diğer ülke dövizleri karşısında değer kaybettirilmesini ifade eder.

Devamsızlık -Absentism-: Çalışanların çalışmaları gereken süre içerisinde önceden herhangi bir mazerette bulunmadan işine gelmemesi ve bunu alışkanlık haline getirmesi.

Devlet iktidarını sınırlandırmayı hedefleyen 1215 senesinde İngiltere'de kabul edilen İngiliz Magna Carta'sına benzer.

Devlet, belirli bir insan topluluğunun, belirli bir toprak parçası üzerinde egemenlik sağlamasıyla oluşan ve hukukî ve siyasi tüzel kişiliğe sahip devamlı bir teşkilât olarak tanımlanır. Diğer bir ifade ile **devlet,** bir ülke üzerinde yaşayan milletin organizeli şekli olan siyasi bir yapı ve kurum veya tüzel kişiliktir. Tariflerden anlaşılacağı üzere devlet olmak için gerekli olan üç unsur; ülke denilen bir toprak parçasının olması, toprak parçası üzerinde yaşayan bir insan topluluğunun olması ve o toprak parçası üzerinde egemenliğinin olması gerekir. Bir tüzel kişilik olarak soyut bir varlık olmakla birlikte devletin sayılan üç unsura ilave; resmî dil ve bayrak gibi somut sembolleri de vardır. Gelişmiş toplumlarda devlet; siyasi kurumların en iyi organize olmuş ve üst otorite ile güçlendirilmiş en önemli bir kurumdur. Toplumun organize olmuş şekli olan devlet, toplumu temsil eden bir tüzel kişilik ve siyasi yapı olarak, kuruluşu ve büyümesi tedrici olarak gerçekleşir ve faaliyetlerini toplumun istekleri çerçevesinde yürüterek başarıya ulaşır.

Devletin teşkilat yapısı ülkeden ülkeye farklılıklar gösterir. ABD ve Federal Almanya yerinden yönetim/eyalet sistemini benimserken Türkiye'de devlet teşkilatı merkezi yönetim sistemine göre düzenlenmiştir. Devlet, teşkilat yapısının zamana bağlı olarak değişebileceği ve ülkeden ülkeye farklılık göstermesine rağmen temelde değişmeyen toplumsal ihtiyaçları karşılama ve yasama, yürütme ve yargı gibi, temel işlevleri yürütür. **Egemenliğin kaynağına göre devlet şekilleri:1. Monarşik devletler:** Egemenliğin tek kişiye ait olduğu devletlerdir.**2. Aristokratik devletler:** Egemenliğin asiller veya zenginler gibi seçkin bir grupta olduğu devletlerdir.**3. Oligarşik devletler:** Egemenliğin belli bir sınıf veya gruba ait olduğu devletlerdir.**4. Teokratik devletler:** Egemenliğin kaynağının dine dayandığı devletlerdir.**5. Demokratik devletler:** Egemenliğin halka ait olduğu devletlerdir.**b. Devletler organik yapı bakımından da üniter ve federal devletler şeklinde ayrılabilir.1. Üniter devlet:** Merkezi idarenin üstünlüğüne dayalı ve idarî birimlerin sadece merkezi yönetimin devretmeyi uygun gördüğü yetkileri kullanabildiği, tek bir birim olarak yönetilen devlet demektir. Üniter devlet, bölünmez bir bütündür; bölge, il ve ilçe gibi idarî bölümler ve mahalli yönetimler bulunabilir, ancak bunların sadece idarî yetkileri var, yasama ve yargı yetkileri yoktur. Her yerde aynı anayasa ve aynı kanunlar uygulanır. Mahalli yönetimler iç işlerinde sosyal hayatı düzenleyen basit düzenlemelere gidebilir, fakat bağımsız hukukî düzenlemeler yapamazlar.**2. Federal devlet veya federasyon:** Coğrafi yapılarına göre oluşmuş birden fazla devletin kendi istekleriyle bir araya gelerek dışarıya karşı tek bir siyasî güç olarak görülmeleri ve bu gayeyle kurdukları yapının, kendisini oluşturan devletlerin üzerinde olması, iç işlerinde ise, yine aralarındaki anlaşmaya göre geniş veya dar ölçüde özerk olmaları ile oluşan devlet sistemidir. Federal devletin içyapıları itibariyle özerk olan devletlerin (federe devlet) oluşturduğu siyasî bir birliktir. Federe devletlerin her biri kendi ülkesine ve anayasasına sahip iken diğer devletlerle olan ilişkilerin düzenlenmesinde yetki federal devlete aittir. Bununla birlikte federe devletlerin içinde kendi yasama, yürütme ve yargı organları da vardır. Fakat kanunlar üst devlet (federal devlet) kimliğine ait anayasaya aykırı olamazlar.

Devralma Yoluyla Birleşme –Acquisitio-Satın alma (Acquisition) veya Katılma (Absorpsiyon) olarak da isimlendirilen devralma yoluyla birleşme, bir işletmenin diğer (hedef) işletme veya işletmeleri bütün aktif ve pasifleriyle satın alarak içinde eritmesi. Devralma yoluyla birleşmede, satın alınan işletmelerin tüzel kişilikleri sona ermekte ve bu işletmeler varlığını devam ettiren işletmelerin kimliğine bürünmektedir. Satın alan ve varlığını devam ettiren işletmeye “devralan” (birleşilen) işletme, satın alınan (katılan) işletmeye ise “devreden” (birleşen) işletme denmektedir.

Deyim: Gerçek anlamından farklı bir anlam taşıyan ve çekici bir anlatım özelliğine sahip olan kelime veya kelime grubu. Anlatım gücünü artırmak için, gerçek anlamı dışına kayan, bazı sözcükleri değişmediği halde bazıları değişip çekimlenebilen kalıplaşmış birden çok sözcük. Belli bir anlama gelmek üzere iki veya ikiden artık kelimededen meydana gelmiş söz öbeği. Genellikle gerçek anlamından az çok ayrı, ilgi çekici bir anlam taşıyan kalıplaşmış söz öbeği, tabir.

Deyim-kavram-mefum-söz-tabir-ifade

Deyim-Tabir

Dezenflasyon: Sert olmayan deflasyonist önlemlerle enflasyonun sınırlandırılmaya çalışılmasıdır.

Dış Borçlanma: Ülkenin kaynaklarına ek bir kaynak sağlamak, döviz olarak yeni ödeme gücü elde etmek gibi, gayelerle ülke dışındaki yabancı hükümet veya finans kuruluşlarından karşılıklı veya karşılıksız geri ödemeli kaynak bulunmasıdır.

Dış Denge: Bir ekonominin ödemeler bilançosunun açık verip vermemesidir. Dış denge, milli gelir, döviz kuru ve döviz sınırları değişkenlerine bağlıdır.

Dış Esneklik- External Flexibility -: Ekonomik, teknolojik şartların değişimine uyum sağlamak, piyasalardaki talep ve ürün tipi değişikliklerini yakalamak ve yeni üretim tekniklerini bünyesinde sağlamak gayesiyle firmaların işgücünün miktarını belirleyebilme serbestisi.

Dış Faktörler-External Factors -: Bir işletmenin, etkinliklerinde değişimlere yol açan, doğrudan veya dolaylı olarak işletmeyi etkileyen tüm çevre.

Dış kaynaklardan faydalanma; ürünün üretilmesi için gerekli parçaların veya diğer katma değer oluşturan faaliyetlerin işletme dışındaki bir kaynak tarafından sağlanması olarak tanımlanır. Diğer bir tanımla **dış kaynaklardan faydalanma;** işletmelerin kendilerine rekabet avantajı sağlayan faaliyetlere odaklanmaları ve asıl faaliyet alanlarına girmeyen konularda ise, özel olarak o konuda uzmanlaşmış işletmelerden faydalanmak yoluyla faaliyet sürdürmelerini öngören bir yönetim stratejisidir.

Dış Sektör: Ekonominin yurt dışı faaliyetlerinin yürütüldüğü bölümüdür. İthalat ve ihracat, kısa ve uzun dönemli sermaye hareketleri gibi, dış sektörde bulunan faaliyetlerden başlıcalarıdır.

Dış ticaret açığı; ithalatın ihracattan yüksek olması sebebiyle, yani toplam ithal edilen mal ve hizmetlerin değerinden ihraç edilen mal ve hizmetlerin değerinin çıkarılması ile elde edilir.

Dış ticaret açığını kapatma yolları; (1) sanayi üretiminde ara ürünlerde dışa bağımlılığın azalması, (2) yüksek teknoloji ihracı, (3) kalifiye elaman yetiştirme ve (4) katma değeri yüksek ürünler üretip ihracat edilmesi olarak sıralanabilir.

Dış ticaret açığının sebepleri; (1) petrol ve doğalgaz gibi, enerji ihtiyacı yurtdışından sağlıyor olması, (2) teknolojinin dışarıdan alınması, (2) kâr transferi, (3) borç faizi ödemeleri ve (4) ihraç edilen ürünlerin ara girdilerini yine ithalat yoluyla sağlıyor olması şeklinde sıralanır.

Dış ticaret dengesi (X-M); bir ülkede belirli bir dönemde gerçekleştirilen ihracat ile ithalat arasındaki farkı gösteren dentedir.

Dış Ticaret Dengesi: Belli bir dönemde gerçekleştirilen ihracat ile ithalat arasındaki farktır. İhracatın ithalattan fazla olması dış ticaret fazlası, ithalatın ihracattan fazla olması ise dış ticaret açığını ifade eder.

Dış ticaret hacmi (X+M); bir ülkenin belirli bir dönemde gerçekleştirdiği ihracat ve ithalat toplamıdır. İthalat ve ihracat rakamlarının toplamı, o ülkenin gerçekleştirmiş olduğu toplam dış ticaretini ifade eder.

Dış ticaret hadleri (Px/Pm); ihracat fiyat endeksinin, ithalat fiyat endeksine bölümünün 100 ile çarpımından elde edilir. Elde edilen değer 100'den büyük ise ihracatçı ülke bakımından, ihracat fiyatlarındaki değişimin ithalat fiyatlarındaki değişime göre daha yüksek, diğer halde daha küçük olduğunu gösterir. Bu veriler bir ülkenin dış ticareten ne oranda kazançlı olduğunu gösterebilmektedir.

Dış Ticaret Oranı (Hadleri): Bir ülkenin dış ticaretinde gerçek kaybı ile gerçek kazancının birbirine olan oranıdır. İhracat fiyat endeksinin, ithalat fiyat endeksine bölünmesiyle hesaplanır. Ülkelerin dış ticarete kazanç ve kayıpları dış ticaret oranıyla saptanır.

Dış ticaret, ürünlerin ve sermayenin ulusal sınırlar dışına akışı ile ilgilidir. Diğer bir tarifile **dış ticaret,** ürünlerin ve sermayenin milli sınırlar dışına çıkışı ile ilgili olarak dünya genelinde ürünlerin alışverişini kapsar.

Dış ticaret; ürünlerin ve sermayenin ulusal sınırlar dışına akışı ile ilgili ve globalindeki ürünlerin alışverişini ifade eder.

Dış Ticarete Standardizasyon: İhracat ve İthalatta optimizasyonun sağlanabilmesi için tüm ilgili tarafların katkı ve işbirliği ile belirli teknik kurallar konulması, bu kuralların uygulanması ile uygunluk değerlendirmesi ve belgelendirme işlemleridir.

Dış Ticaret-Uluslararası Ticaret: Malların ve sermayenin ulusal sınırlar dışına akışı ile ilgilidir. Uluslararası mal ve hizmetlerin alışverişini kapsar ve iç ticareten farkı, uluslar arası ticaretin dövizle yapılması ve gümrük tarifeleri, kotalar ve döviz kontrolüne tabi olmasıdır. Uluslar arası ticaret, ülkelerin maliyetleri arasındaki farktan veya bazı ürünlerin üretilmemesinden kaynaklanmaktadır. Uluslar arası ticarete konuların incelenme ve analizinde odak nokta ödemeler dengesi ile kaynak transferinin sınırların ötesine akışını etkileyen ticari ve mali şartlar olarak ele alır. Pazarla makro ölçekte bakarak işletmelerin pazarlama çabalarını ikinci planda tutar.

Dışarıda Çalışma- Outworking -: İşletmelerin işgörenlerini şirketin çalışma yeri veya binasının dışında istihdam etmesi.

Dış-Hariç

Dışsallık: Bir ürünün üretiminin ve tüketiminin o ürünü satanların ve alanların dışındaki üçüncü kişilere bir maliyet yüklemesine veya bir fayda sağlamasına dışsallık denilmektedir. Günlük hayatta hem ürünün üretimi hem tüketimi üçüncü kişilere bir maliyet yükleyebilir veya fayda sağlayabilir ve üretim ve tüketimdeki dışsallıklar olumlu dışsallık veya olumsuz dışsallık şeklinde olabilir. Dışsallık; bir kişinin yaptığı tüketimin bir başka kişinin tüketimi üzerinde refah azaltıcı veya artırıcı etki oluşturmasıdır.

Dışsattım-İhracat- Mevzuatı-: Bir malın yurtdışına çıkışı ile bedelinin yurtiçine getirilmesine kadarki sürece ilişkin kanuni düzenlemeler bütünü.

Dışsattım-İhracat- Rejimi: Ülkelerin dışsattımının hangi ana ilkelere göre gerçekleştirileceğini ortaya koyan her türlü kanuni düzenleme.

Difüzyon: Maddelerin çok yoğun ortamdan az yoğun ortama göçü. Fiziki kimyada ise moleküllerin kinetik enerjilerine bağlı olarak rasgele hareketlerine difüzyon denir.

Dijital ajanslar, web sitesi tasarımı, markalar için interaktif uygulamalar vb. işlerine ilave arama motoru optimizasyonu, sosyal medya pazarlama, web tabanlı prodüksiyonel çalışmalar ve mobil pazarlama hizmetleri de

vermektedir. Geleneksel reklam ajansları zamanımızda gelişen teknolojisi ile paralel olarak “dijital” ekini almıştır. Dijital ajans, son zamanlarda tanım olarak oturmuş İnteraktif Ajans ve Web Ajansı kavramından daha gelişmiş bir modeldir. Dijital bir reklam ajansında da ortaya çıkartılan işlerin temelinde üretkenlik, ürünün internette doğru hedef kitleye ulaştırılacak şekilde konumlandırılması vardır. Dijital âlemde var olma zamanımızda neredeyse bütün markalar açısından zorunlu hale gelmesi, giderek etkinliği artan sosyal medya, geleneksel medyanın kullanıcılara ulaşmakta yetersiz kalması veya bizzat içeriğin dijital dünyaya da taşınması ihtiyacı sebebiyle, dijital ajanslar yerlerini ciddi manada pekiştirmektedir. Dijital dünyanın teknik alanlarında tecrübe sahibi olan dijital ajanslar klasik ajanslarla aynı şekilde ürünleri doğru şekilde hedef kitle ile buluşturabilmeyi hedeflerler. Dijital ajanslar, genel bir kategoridir ve dijital ajans türleri kendi içinde çeşitlilik gösterir. Dijital reklam ajansları, geniş ve deneyimli bir kadroya sahip olup birçok hizmet alt dalını barındırmakta, diğer ajanslar ise dijital pazarlamanın reklam, sosyal medya pazarlama, mobil pazarlama, dijital medya planlama, SEM (scanning electron microscope = taramalı elektron mikroskobu) ve SEO (search engine optimization = arama motoru optimizasyonu) alt dallarına odaklanmış şekilde hizmet vermektedir. Dijital ortamlarda uzun zamandır kullanılan fakat son zamanlarda “Native Advertising” olarak anılan doğal reklam, marka bilinirliği ve dönüşüm oranını artırmak için faydalı bir yöntemdir. Doğal reklam, makale video veya başka formatta bir işletmeler tarafından satın alması ve çeşitli platformlarda tanıtımının yapılması olarak açıklanabilir. Diğer bir tarifile doğal reklam, yerleştirildiği yerin formatına uyum sağlayan ve içeriğe bağlı bir pazarlama tekniğidir. Reklamcılığın basılı yayınlardan dijital dönüşümüyle birlikte; blog yazıları, videolar, sosyal medya paylaşımları ve oyunlar gibi bu platformlar da şekil değiştirdi. Artık envai çeşit format ve platformda bu reklamlar görülebilmektedir. Bu çeşitlilik sayesinde doğal reklamlar farklı sitelerde paylaşabiliyor ve insanlar da kendi sosyal çevresiyle bunları paylaşabiliyorlar. Dijital ortamda olan doğal reklamlar rahatlıkla ölçülebilmekte ve siteye çektiği trafik, etkileşim, paylaşım gibi istatistikler incelenerek reklamın başarısı test edilebilmektedir.

Dijital işletme; müşteriler, tedarikçiler ve çalışanlarla ilgili önemli tüm iş ilişkilerini dijital olarak sağlayan ve ara buluculuk yapan işletmedir. Temel işletme süreçleri; ürün üretim veya sunumu için işlerin organize edilişi, tüm işletmeyi kapsayan veya birçok işletmeyi birbirine bağlayan dijital ağlar üzerinde gerçekleşir

Dijital işletmede süreç; ürün üretim veya sunumu için işlerin organize edilişi, tüm işletmeyi kapsayan veya birçok işletmeyi birbirine bağlayan dijital ağlar üzerinde gerçekleşir.

Dijital Pazarlama: Gelişen teknoloji, artan bant genişlikleri ve çoğalan mobil cihazlar, son on yılda toplum hayatını önemli şekilde değiştirdi. Araştırmalar Türkiye’de internet kullanıcı sayısının çok hızlı arttığını gösteriyor. Dijitalleşmenin hızlı bir şekilde arttığını gören işletme yöneticileri interaktif dijital pazarlamaya önemli bir oranda yer vermeye başladılar. Dijital pazarlama, TV, radyo, dergi gibi geleneksel medyadan uzak yöntemlerle, marka ve işi desteklemek ve tanıtmak gayesiyle internet, mobil ve diğer interaktif platformları kullanmaktır. Dijital Pazarlama, tek bir ürün, bir işletme veya markanın, dijital ortamda pazarlanma sürecidir. Dijital pazarlama; interaktif pazarlama, siber pazarlama, e- ticaret, online pazarlama, e-marketing ve web pazarlama gibi isimlerle de ifade edilebilmektedir. Günümüzün yeni pazarlama mecrası olarak değerlendirilen dijital pazarlama; radyo, tv, gazete ve fiziksel panoların aksine daha interaktif yöntemleri kullanır. Tüketici ile etkileşim halinde olan dijital pazarlama yöntemleri gün geçtikçe yenilikçi yaklaşımlarla güncellenmektedir. Dijital Pazarlama, temelde 4 adımdan oluşuyor: Elde et(Acquire), Kazan(Convert), Ölç-Optimize et (Measure&Optimize) ve Sahip Çık, Büyüt (Retain&Grow). 1. Elde et (Acquire): Müşteriyi web sitesine veya satışın gerçekleştiği sayfaya çekebilmek gayesiyle yapılan aktiviteleri ifade eder. Arama Motoru Reklamları (PPC), Arama Motoru Optimizasyonu (SEO), Sosyal Medya Pazarlama (Social Media Marketing), Email Marketing, Gelir Ortaklığı (Affiliate Marketing), Reklam Ortaklığı (Advertising Partnership), İnteraktif Karşılaştırma (Interactive Comparison), Viral Pazarlama, İçerik üretme/paylaşma, RSS (Zengin Site Özeti: Web sayfası bildiricisi) Online PR Halkla ilişkiler) temel konulardır. 2. Kazan (Convert): İkinci aşamada müşteri web siteye geldikten sonra, hedefe ulaşmaya yardımcı olacak aktiviteler. Burada hedef her zaman satış olmamalı, bir blog için okunan yazıların sayısı, yazıyı beğenenlerin sayısı, o yazıyı paylaşma sayısı, blogu takip etmeye başlayanların sayısı gibi şeyler de olabilir. Bir yayın kuruluşunun web sitesi için, kaç tane haberin okunduğu, sitede geçirilen toplam süre, kişisel ve özel bir site için ise, onlarla iletişime geçmek isteyen kişi sayısı olabilir. Bu süreçte yapılacak işler ise içerik yönetimi, kullanılabilirlik ve erişilebilirlik çalışmaları, müşteri karar destek mekanizmasının güçlendirilmesi, sitenin işe faydalılığı arttırma, kişiselleştirme, satış metinlerini ikna edici yazma, müşteri segmentlerini belirleme ve hedefleme çalışmaları, e-posta pazarlama, ödeme seçeneklerinin artırılması ve site içindeki aramanın iyileştirilmesi gibi sıralanabilir. 3. Ölç-Optimize et (Measure&Optimize): Bu aşama, neyin yanlış yapıldığı ve neyin doğru yapıldığının anlaşılması ve rakiplerle karşılaştırma açısından önemlidir. Bu süreçte, öncelikle site performansının analiz edilmesi gerekir. Bu sürecin aktiviteleri ise Web Analytics yazılımları kullanıp, acquire ve convert kısmında yapılan aktiviteleri değerlendirmek, sonuçlara göre optimize edilecek yerleri belirlemek ve sitenin başarı kriterlerini rakiplerle karşılaştırmaktır. Online panellerle ve anketlerle kullanıcıları daha iyi anlamaya çalışmak gerekir. Yine ayrıca kullanılabilirlik testleri de yapmak gerekir. 4. Sahip Çık Büyüt (Retain&Grow): Bu aşama, mevcut müşterileri memnun etme ve kurumun daimi müşterileri olmaları için çalışma yapılması gereken bir süreçtir. Bunun için kullanılacak teknikler ise iyi bir müşteri hizmetleri sunma, kişiselleştirme, sadakat programları, e-mail marketing, dinamik fiyatlandırma stratejileri uygulama, topluluk oluşturma ve referans programları başlatma gibi sıralanabilir. Dijital pazarlamayı, geleneksel pazarlamadan ayıran en belirgin özellik isminden de anlaşılacağı üzere; pazarlama sürecinde dijital kanalların kullanılmasıdır. En geniş anlamıyla kullanılan kanalın “internet” ve onun araçları olduğu söylenebilir. Dijital pazarlamada en çok kullanılan araç ve mecralar: Sosyal Medya Platformları: Dijital alanda faaliyet yürüten facebook, twitter, googleplus gibi mecralar. İçerik Pazarlama: Web site, blog vb.

mecralarda mal veya hizmet tanıtımları, Mobil Pazarlama: Mobil uygulamalar ve mobil uygulama üzerinden tanıtımlar ve sosyal platform, blog gibi diğer mecraların mobile uyarlanmasını ifade eder. E-Mail Pazarlama (E-Mail Marketing) : Data toplama, datalar üzerinden tüketiciye ulaşma, ölçümleme ve raporlama gibi aktiviteleri kapsar. E-Ticaret: Ödeme ve sunum imkânı veren platformlarda ürün satışı, B2B (Business to Business = İşten İşe), B2C (Business to Consumer = İşletmeden Tüketiciye) pazarlama, kampanya yönetimi gibi aktiviteleri kapsar. Test Etme ve Raporlama: Dijital mecralarda kullanıcı davranışlarını inceleme, kullanıcılara göre aksiyon alma fiilleri kapsar.

Dijital reklâmcılık, online reklâmcılıkta tüm dijital medya araçları bir arada değerlendirilerek hedef kitleye uygun platformlar tercih edilir ve gerekli reklâm aksiyonları alınır. Dijital pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde, dijital reklâmcılık, dijital ajanslar ve doğal reklâm gibi konular ön plana çıkmaktadır. Dijital çağın sosyal hayata girişiyle değişen sektörlerden biri olan reklâmcılıkla; online reklâmlardan ismi yeni konulan doğal reklâmlar ile marka bilinirliği ve dönüşüm oranları artırılabilir. Reklam ve işlevi üç ana başlık altında toplanır: Farkındalık oluşturmak, markanın varlığını duyurmak. Akılda kalıcı, markaya özgü konum, markaya ait bir karakter ve kimliği oluşturmak. Pazara yerleştikten ve bir müşteri tabanı oluşturduktan sonra alışkanlığın sürdürülmesini sağlayan bir hatırlatıcı ve marka değerlerini pekiştirecek bir unsur olmak ve tutundurucu faaliyetleri sürdürmek. Reklama yüklenen bu gibi temel işlevler dijital platformlarda da geçerli ve markanın dijital mecradaki iletişimlerinde de önemini korumaktadır. Fakat dijital mecranın marka ve tüketicisi arasındaki etkileşim ve tecrübe yönü bu yeni mecranın geleneksel mecralardan farklı değerlendirilmesini gerektirmektedir. İnternet yanında, mobil telefon ve oyun platformlarını da içine alan dijital kavramıyla gelişen dijital reklâmcılığın sonuçları hedefleyebilme, ölçme kabiliyetine sahip olması en güzel tarafıdır. Dijitalleşme süreci insanların medya tüketme şekillerini belirli bir ölçüde değiştirmiş durumdadır. Dijital, insanların günlük hayatında önemli bir konumda iken televizyon, radyo ve yazılı basınlar halen temel araçlardır. İnsanlar, geçmişte yapamadıkları ölçüde konu içeriği ve reklam paylaşıyorlar. İnternet'ten önce viral (virüs) pazarlama, kulaktan kulağa yayılan bilgiye dayanıyordu ve sosyal medya, tüketicilerine ne zaman, nerede, nasıl yaklaşmak gerektiğini ve bazen yaklaşmamanın daha iyi olup olmayacağını ele alırken duruma yeni bir çelişki eklemektedir. Dijital reklâm yatırımlarında, dijital ajanslar yapılanması yoluyla da önemli artışlar gerçekleşmektedir. Dijital ajanslar, web sitesi tasarımı, markalar için interaktif uygulamalar vb. işlerine ilave arama motoru optimizasyonu, sosyal medya pazarlama, web tabanlı prodüksiyonel çalışmalar ve mobil pazarlama hizmetleri de vermektedir. Geleneksel reklam ajansları zamanımızda gelişen teknolojisi ile paralel olarak "dijital" ekini almıştır. Dijital ajans, son zamanlarda tanım olarak oturmuş İnteraktif Ajans ve Web Ajansı kavramından daha gelişmiş bir modeldir. Dijital bir reklam ajansında da ortaya çıkartılan işlerin temelinde üretkenlik, ürünün internette doğru hedef kitleye ulaştırılacak şekilde konumlandırılması vardır. Dijital âlemde var olma zamanımızda neredeyse bütün markalar açısından zorunlu hale gelmesi, giderek etkinliği artan sosyal medya, geleneksel medyanın kullanıcılara ulaşmakta yetersiz kalması veya bizzat içeriğin dijital dünyaya da taşınması ihtiyacı sebebiyle, dijital ajanslar yerlerini ciddi manada pekiştirmektedir. Dijital dünyanın teknik alanlarında tecrübe sahibi olan dijital ajanslar klasik ajanslarla aynı şekilde ürünleri doğru şekilde hedef kitle ile buluşturabilmeyi hedefler. Dijital ajanslar, genel bir kategoridir ve dijital ajans türleri kendi içinde çeşitlilik gösterir. Dijital reklam ajansları, geniş ve deneyimli bir kadroya sahip olup birçok hizmet alt dalını barındırmakta, diğer ajanslar ise dijital pazarlamanın reklam, sosyal medya pazarlama, mobil pazarlama, dijital medya planlama, SEM (scanning electron microscope = taramalı elektron mikroskobu) ve SEO (search engine optimization = arama motoru optimizasyonu) alt dallarına odaklanmış şekilde hizmet vermektedir. Dijital ortamlarda uzun zamandır kullanılan fakat son zamanlarda "Native Advertising" olarak anılan doğal reklam, marka bilinirliği ve dönüşüm oranını artırmak için faydalı bir yöntemdir. Doğal reklam, makale video veya başka formatta bir işletmeler tarafından satın alması ve çeşitli platformlarda tanıtımının yapılması olarak açıklanabilir. Diğer bir tarifile doğal reklam, yerleştirildiği yerin formatına uyum sağlayan ve içeriğe bağlı bir pazarlama tekniğidir. Reklâmcılığın basılı yayınlardan dijital dönüşümüyle birlikte; blog yazıları, videolar, sosyal medya paylaşımları ve oyunlar gibi bu platformlar da şekil değiştirdi. Artık envai çeşit format ve platformda bu reklâmlar görülebilmektedir. Bu çeşitlilik sayesinde doğal reklâmlar farklı sitelerde paylaşabiliyor ve insanlar da kendi sosyal çevresiyle bunları paylaşabiliyorlar. Dijital ortamda olan doğal reklâmlar rahatlıkla ölçülebilmekte ve siteye çektiği trafik, etkileşim, paylaşım gibi istatistikler incelenerek reklâmın başarısı test edilebilmektedir.

Dijital Suç: Dijital ortamlarda kanuna aykırı olarak yürütülen faaliyetlerdir. Spam mesaj yollama, kimlik bilgisi hırsızlığı, banka dolandırıcılıkları, endüstriyel casusluk gibi, suçlar dijital suçlar olarak kabul edilmektedir.

Dijital suç: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır. Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, malî hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye'de Türk Ceza Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir. **Dünyada siber suçun belirten diğer ifadeler ise:** Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir

unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Dikey Büyüme: İşletmelerin, kendilerine hammadde ve ara mamul satan işletmelerle birleşirler veya onları bir şekilde ele geçirirler veya bu işletmeleri kendileri kurar ve yine aynı şekilde üretilen ürünleri pazarlayacak işletmeleri aynı şekilde ortaya çıkarırlarsa dikey büyüme gerçekleşmiş olur. Tekstil sanayinde pamuk üretiminin, çırçır, iplik ve basma fabrikalarının ve ürünü pazarlayacak işletmelerin bir tek ana işletmeye bağlı olması, dikey büyümeyi ifade eder.

Dikey Çatışma-Vertical conflict-: Bur kurumda ast ve üst rollerde görev yapan, kişi, grup veya topluluklar arasında ortaya çıkan anlaşmazlık durumu.

Din ve Siyaset: Din iktidarla özdeşleşirse, iktidara kızanlar dinden de soğur. İslami referanslar kullanılarak ilerleyen ve gittikçe de otoriterleşen iktidarlara İslam'a zarar vermektedir. Toplum tepeden dindarlaştırma iddiası aksülamel yaparak insanları dinden soğutabilmektedir. Siyaset ve yöneticilik bir sanattır. San'atta maharet ve beceri ön plandadır. Maharetle dindarlığın aynı şahısta toplanmaması durumunda, san'atta salâhattan (dindarlıktan) ziyade maharetin (beceri ve kabiliyetin) tercih sebebi olmalıdır. Bir Hadiste "İşler ehline verilmediği zaman onların kıyametini bekleyiniz" buyrulur.

Dinlenme Payı: Belirli şartlar altında yapılan belli bir işin oluşturacağı fizyolojik ve psikolojik etkilerden işçiyi arındırmak ve işçinin kişisel gereksinmelerini karşılayabilmek için temel zamana eklenen bir pay. Burada sözü edilen "Pay" miktarı işin özelliğine göre belirlenir. Dinlenme payları, işgörenin yorgunluğunu gidermesi gayesiyle verilen paylardır.

Diplomasi: Uluslar arası ilişkiler ve bu ilişkileri düzenleyen anlaşmalar bütünü olarak; dış siyasette meselelerin sulh ve müzakereler yoluyla çözülmesini ifade etmektedir. Diplomasi; yabancı bir ülkede veya uluslararası toplantılarda ülkesini temsil etme fiil ve sanattır. Diplomat veya diplomatik temsilci ise bu süreçte yer alan kişi ve kurumları ifade etmektedir.

Distribütör (Distributor)-yetkili bayi- : Endüstriyel pazarlarda çalışan, bir ürünün promosyonel desteklerle ve çeşitli hizmetlerle toptan satışını yapan aracı.

Diyaletik: Gerçekliği ve onun çelişmelerini incelemeye yarayan ve bu çelişmeleri aşmayı sağlayan yolları aramayı öngören akıl yürütme yöntemidir.

Dizayn-Tasarım

Dizayn-tasarım

Doğal İş Grupları-Natural Work Teams -: Bir iş süreci çevresinde organize edilmiş belli sayıda çalışanın, işlerinden bağımsız olarak bir gözetimcinin nezaretine kurulan gruplar. Doğal iş grubu hiyerarşiye uygun olarak yukarıya doğru uzanır; saatlik işçi-gözetimci-yönetici.

Doğal Kaynaklar: Doğal halde girdi olarak kullanılabilir (tarım araziler, arsalar, ormanlar, su kaynakları, madenler, petrol, doğalgaz vb.) her şeyi kapsar.

Doğal Ücret Teorisi-Natural Wage Theory-: Ücretin, bir işçinin hayatını sürdürebilmesi için, en çok gerekli olan tüketim mallarını sağlamaya yeter bir düzeyde oluşan ve işçiye emeğinin karşılığı olarak verilen para veya mal oluşunu ileri süren teori.

Doğal-Tabii

Doğrudan Pazarlama (Direct marketing): 1- Herhangi bir aracının olmadığı dağıtım kanalı. 2- Doğrudan satış, doğrudan postalama, telemarketing ve benzeri yöntemlerle tüketiciden sipariş alma yöntemi.

Doğrudan Pazarlama: Herhangi bir aracının olmadığı dağıtım kanalı olarak doğrudan satış, doğrudan postalama, telemarketing ve benzeri yöntemlerle tüketiciden sipariş alma yöntemini ifade eder.

Doğrudan Satış (Direct selling) : Bir satış temsilcisinin müşterilere bir ürünle ilgili kişisel sunuş ve demo yapması.

Doküman-Belge

Doküman-belge

Dolaşan Sermaye Mali-Circulating capital goods-: Üretim sürecinde, ilk kullanıldığında tamamıyla tüketilen mal. Mesela; kömürle üretim yapan bir elektrik santralinde, kullanılan kömür dolaşan sermaye malıdır.

Dolaşan Sermaye-Circulating capital-: Bir işletmenin sahip olduğu likit kaynakların tamamı. Cari aktiflerden kısa süreli borçlar çıkarılarak elde edilir.

Dolaysız Kontroller: Devletin siyasi gücünü kullanarak ekonomiyi düzenlemek gayesiyle fiyat ve ücret kontrolü gibi, doğrudan yaptığı uygulamalar bütünüdür.

Dönemsel Faiz: Bir yatırımın fiilen elde tutulma süresince getireceği faizi ifade eder.

Döner Sermaye: Kamu maliyesi alanında belirli ve sürekli bir amacın elde edilmesi için genel veya katma bütçeden bir miktar paranın, azaltılmamak şartı ile kuruluşa veya bu kuruluşla ilgili işletmelere verilmesidir. **Döner Sermaye:** Bir üretim dönemine katılarak üretim dönemi sonunda pazara sürülen, tükenen veya şekil değiştiren sermaye unsurlarına döner sermaye denir. Bir başka ifade ile döner (değişir-işletme) sermayesi, işletmenin bir faaliyet dönemi içinde paraya çevrilebilir varlıklar toplamıdır.

Döner sermaye: Bir üretim dönemine katılarak üretim dönemi sonunda pazara sürülen, tükenen veya şekil değiştiren sermaye unsurlarına döner sermaye denir.

Döner sermayeli işletmeler: Genel bütçeye bağlı dairelerin bütçe kanunu ile verilen ödeneklerle kurdukları işletmeler olup tüzel kişilikleri yoktur. Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler, Maliye Bakanlığına bağlı Darphane ve Damga Matbaası gibi, **Tüzel kişi (hükmi şahıs);** gerçekte kişilik sahibi olmayan ancak varsayım olarak kişilik sahibi

olduğu kabul edilen kişi veya mal topluluklarıdır. “**Döner Sermaye**”; kamu maliyesi alanında belirli ve sürekli bir gayenin elde edilmesi için genel veya katma bütçeden bir miktar paranın, azaltılmamak şartı ile kuruluşa veya bu kuruluşa ilgili işletmelere verilmesidir.

Döner Sermayeli İşletmeler: Genel bütçeye bağlı dairelerin Bütçe Kanunu ile verilen ödeneklerle kurdukları işletmeler olup tüzel kişilikleri yoktur. Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler, Maliye Bakanlığına bağlı Darphane ve Damga Matbaası gibi, **Tüzel kişi-hükmi şahıs**; gerçekte kişilik sahibi olmayan ancak varsayım olarak kişilik sahibi olduğu kabul edilen kişi veya mal topluluklarıdır. Tüzel kişilik; organizasyon unsuru, organize edilmiş araçlar topluluğu, ortak gaye ve devletin tanınması gibi, dört unsurdan oluşur.

Döngüsel Ekonomi: Kâinatın işleyişine bakıldığında bir denge ve düzen olduğu ve hiçbir noktada israf olmadığı görülür. Tabiatta, döngüsel olarak bir besin zinciri hâkimdir ve geri dönüşüm ve atık yoktur. Çevre unsurları arasındaki tüm faaliyetler sürekli tekrarlanarak döngüsel olarak yolculuk eder. Mesela, su buharlaşır ve yeryüzüne tekrar yağmur veya kar olarak geri gelir. Bu zincirde hiçbir kayıp, atık ve israf bulunmaz mükemmel bir makine gibi çalışır. İnsan da bu besin zincirinin en tepesinde yer alır, bu haliyle tüketim atıklarını tekrardan bu zincire dâhil edebilirse çevreye uyumlu bir şekilde tasarruf yapmış olur.

Döviz Borsası (Foreign Exchange): Döviz arz edenlerle döviz talep edenlerin karşılaştıkları, ulusal paraların birbirlerine çevrildikleri standartlaştırılmış piyasalar.

Döviz Kuru (Exchange Rate): Ulusal bir paranın, diğer bir ulusal para cinsinden ifadesidir.

Döviz Kuru Rejimleri: Döviz kurları günümüzde bilhassa küçük ve açık ekonomiler için taşıdıkları önem ve reel ekonomiyi doğrudan etkileme potansiyelleri sesebiyle, uygulanan para politikası çerçevesinde doğrudan hedef, gösterge veya araç olarak kullanılmaktadırlar.

Döviz Kuru: Yabancı paraların ulusal para cinsinden fiyatıdır.

Driver-Sürücü

Driver-sürücü

DTM: Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı 9.12.1994 tarihinde kabul edilen ve 20.12.1994 tarih ve 22147 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 4059 sayılı Kanunla Başbakanlığa bağlı **Hazine Müsteşarlığı** ve **Dış Ticaret Müsteşarlığı** isimleri ile iki ayrı kuruluş haline getirilmiştir. Söz konusu Kanuna göre, dış ticaret politikalarının tespitine yardımcı olmak, tespit olunan bu politikalar çerçevesinde ihracat, ihracatı teşvik, ithalat, yurtdışı müteahhitlik hizmetleri ve ikili ve çok taraflı ticari ve ekonomik ilişkileri düzenlemek, uygulamak, uygulamaları izlemek ve geliştirmek görevlerini üstlenen Dış Ticaret Müsteşarlığı aşağıdaki ana hizmet birimlerinden oluşmaktadır. İhracat Genel Müdürlüğü, İthalat Genel Müdürlüğü, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü, Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü, Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü, Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü

Duran Varlıklar -Fixed assets:- Üretim sürecinde birden fazla dönemde kullanılabilen ve yararları birden fazla döneme yayılabilen, satılmak gayesiyle satın alınmayan varlıklar. Sağladığı fayda, bir seneden fazla süreye yayılan varlıklar şeklinde de tanımlanmaktadır.

Duygusal Kapitalizm: Psikolojinin ticari istismar aracı haline getirilmesidir. Duyguların pazarlanabilir hale getirilmesi.

Duygusal Taciz: Çok fazla sorumluluk verme veya hiçbir sorumluluk vermeme, gereğinden fazla eleştirme, fikir ve fiziki görünüşleriyle alay etme, hiçbir konuda görüşlerini almama, selâm vermeme, kapıyı çarpma, masaya dosya fırlatma gibi, şekillerde görülebiliyor. İş yerlerinde bu meselenin çözümü kişinin pes edip kaçması ve güvensizlik duygusuna kapılması yerine, direnmesi ve başarı grafiğini yükseltmeye özgüven kazanmaya devam etmesi gerekir. / **Psikolojik Taciz:** İşyerlerinde görülen ve aile ortamını da etkilediği halde dışa yansıtılmayan yıldırma, bıkırma, sindirme, yok sayma gibi, manaları taşıyan ve tıpta 'mobbing' diye tabir edilen 'duygusal taciz', insanları intihara kadar varan problemlerle karşı karşıya getiriyor. Bu rahatsızlık, iş yerinde; iş verimi, personel arası uyumun bozulması gibi, problemlerle birlikte, kişinin depresyona girme, hazımsızlık, mide spazmı, şiddetli baş ağrıları gibi, sağlık meselelelerini de beraberinde getiriyor.

Duygusal Zekâ (EQ)- Emotional Quotient:- Kişinin kendisinin ve diğer insanların duygularını anlaması, aralarındaki farkı görmesi ve düşünce ve davranışlarında bu bilgilerden yararlanmasını içeren bir tür sosyal zekâ. Duygusal zekâ; kendini ve başkalarını iyi anlamak doğru çözümleme yapabilmek ve insan ilişkileri becerisi olarak ifade edilmektedir. Yönetim mantıksal zekânın yanında duygusal zekâyı da iyi kullanmanın gereği ortaya çıkmaktadır. Organizasyon içerisinde duygusal zekâyı bağlı olarak birlikte olumlu düşünce yani pozitif düşünce geliştirmek yönetişimin başarısını artırmaktadır.

Dünya Bankası (World Bank): 1944 senesi sonrası, Avrupa’nın yeniden imarına yönelik olarak “International Bank for Reconstruction and Development” ismi altında kurulan uluslararası bir teşkilattır. Daha çok, gelişmekte olan ülkelere uzun vadeli proje kredileri sağlamaktadır. Son senelerde görev tanımları içerisinde, gelişmekte olan ülkelerin dış borçları ve yoksullukla mücadele kavramları da girmiştir. **DB:** Devletlere, özel ticaret işletmelerine finansal yardım sağlamak için faaliyet gösteren uluslarüstü bir organizasyondur. Dünya Bankası ve bağlı kuruluşları Birleşmiş Milletler Organizasyonu nun yan kuruluşudur.

Dünyanın Eğimi: Şu ana kadar bilim adamları, dünyanın eğimini 23 derece 27 dakika olarak öğretiler, oysa bu negatif değer, esas olan gerçek olan pozitif değer; 66 derece 33 dakikadır. .

Düsey Pazarlama Sistemi (Vertical marketing systems): Dağıtım kanalı boyunca maliyet tasarrufları sağlamak ve en yüksek düzeyde etki oluşturmak gayesiyle tasarlanan, merkezi olarak koordine edilen ve profesyonelce yönetilen pazarlama kanalları sistemidir.

Düşünen Organizasyonlar -Thinking Organisations-: İş ile ilgili meselelerin çabuk teşhis edilmesi, analizinin yapılması ve eyleme geçilmesi üzerinde yoğunlaştığı ve yöneticilerin bu konuda eğitildiği organizasyon yapıları.

Düyün-u Umumiye (Düyün-u Umumiye-i Osmaniye Varidat-ı Muhassasa İdaresi); 1881-1939 seneleri arasında Osmanlı Devleti'nin dış borçlarını yöneten kurumdur. İlk dış borç, 1854 Kırım Savaşından sonra alındı. Osmanlı Devleti, Sultan İkinci Abdülhamid Han zamanına geldiğinde, ağır dış borçlar altında bulunuyordu. Düyün-ı Umûmiye, devlet içinde devlet olan ikinci bir maliye gibi, olmasına rağmen dış borçların ödenmesi için gerekli görülmüş. Birçok gelirin Düyün-ı Umûmiyeye bırakılması devleti büyük sıkıntılara da maruz bırakmıştır. Bu idarenin kuruluşunda kapitülasyonların büyük etkisi olmuştur. **Kapitülasyon:** Bir ülkenin zararına olarak başka ülke vatandaşlarına verilen ekonomik, idari, ticari vb. hak ve ayrıcalıklardır. Kelimenin kökeni Latince caput (baş) sözcüğünden baş eğmek, teslim anlaşması yapmak anlamlarını taşır. Osmanlı devletinin verdiği kapitülasyonlar (imtiyazlar) ekonomik yapının bozulması sonucu aşırı borçlanması ile "Düyün-u Umumiye İdaresi" gibi dış müdahalelere açık hale getirmiştir.

Düzeltilici Kontrol Correcting Control Performans değerlendirmelerinden sonra yapılan ve düzeltilmesi gereken etkinlik alanlarını belirlemek gayesiyle kullanılan kontroller.

Düzeltilici Reklâm: Gerçekleştirilmiş olan reklâmda tüketicilere yanlış anlaşılabilir, eksik veya hatalı yorumlanabilecek veya başkalarına zarar verebilecek hususlar yer almış ise, yetkili bir makamın ikazı üzerine veya firmanın kendiliğinden ikinci bir reklâmla hatanın, eksik veya yanlış anlamının düzeltilmesidir.

Düzen-Asyış-Nizam

Düzenleme ve Denetleme Kurulları: Düzenleme ve denetleme kurulları, faal bir piyasa ekonomisinin ihtiyaçları gereği farklı piyasa türlerinin düzenlenmesi ve kontrolü için oluşturulmuştur. Türkiye'deki önemli kuruluşlardan bazıları şunlardır: (1)Rekabet Kurumu, (2)Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu, (3)Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, (4)Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu, (5)Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, (6)Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu ve (7)Özelleştirme İdaresi **1. Rekabet Kurumu:** Rekabet Kurumu (RK) piyasalarda tam bir rekabet gerçekleştirilmesinden sorumludur. Rekabet Kurumu'nun temel sorumluluk ve yetkileri şunlardır: a) Başvuru üzerine veya kendi inisiyatifiyle, Rekabet Yasası'nda tanımlanmış olan faaliyetlere ve resmi işlemlere yönelik inceleme, soruşturma ve araştırmaları yürütmek; kanun ihlallerini önlemek için gerekli önlemleri almak ve idari düzenlemeleri uygulamak, b) Muafiyet taleplerini değerlendirmeye almak ve rekabeti bozabilecek uygun anlaşmalar için muafiyet belgesi vermek, c) Muafiyet kararlarına ve menfi tespit belgelerine konu olan piyasaları sürekli olarak izlemek ve söz konusu piyasalarda ya da ilgili tarafların konularında değişikliklerin gerçekleşmesi durumunda bunlara ilişkin başvuruları yeniden değerlendirmek, d) Şirket birleşimleri ile devirlerini değerlendirmek ve belirlenen kriterlere göre bunlara onay vermek. www.rekabet.gov.tr **2. Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK), enerji piyasasını düzenlemekte ve denetlemektedir. Bu kurum, müşterilere yeterli miktarda kaliteli ve düşük maliyetli enerji kaynağının, güvenilir ve çevreyi koruyacak bir şekilde sağlanması için bağımsız hizmet vermektedir. Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu'nun temel sorumlulukları şunlardır:a) Elektrik, doğal gaz, benzin ve likit petrol gaz pazarlarını kanuni olarak düzenlemek ve denetlemek, b) Rekabetçi bir ortam içinde; finansal açıdan canlı, istikrarlı ve şeffaf bir enerji piyasası sağlamak www.epdk.gov.tr **3. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu:** Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), mevduat sahiplerinin hak ve menfaatlerini garanti altına alır, bankaların düzenli ve güvenli olarak faaliyet göstermesi açısından risk teşkil edebilecek veya ekonomiye zarar verebilecek her türlü faaliyeti ve işlemi önler ve kredi sisteminin verimli bir şekilde çalışmasını kolaylaştırır. Kurumun temel hedefleri şunlardır: a) Bankacılık sektöründeki faaliyetlerin etkinliği ve rekabetçi niteliğini yükseltmek, b) Bankacılık sektörünün güvenilirliğini korumak, c) Bankacılık sektöründeki faaliyetlerin ekonomi üzerindeki olası olumsuz etkilerini asgari düzeye indirmek, d) Bankacılık sektörünün istikrarını iyileştirmek, e) Mevduat sahiplerinin haklarını korumak. www.bddk.org.tr **4. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu:** Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Türkiye'deki menkul kıymetler piyasasının düzenlenmesinden ve denetlenmesinden sorumlu bir kuruldur. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu, 19 senedir, 1981 senesinde yürürlüğe konulan Sermaye Piyasası Kanunu'nun sağladığı yetkiye dayanarak, piyasaların düzenlenmesine ve sermaye piyasası araçları ile kurumlarının geliştirilmesine ilişkin ayrıntılı düzenlemeler yapmaktadır. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu'nun, piyasaların adil ve düzenli bir şekilde işleyebilmesine ve yatırımcı haklarının korunmasına yönelik çok çeşitli sorumlulukları vardır. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu'nun görevi, Türkiye'deki sermaye piyasalarında adaleti, verimliliği ve saydamlığı sağlamak ve bu piyasaların uluslararası rekabet gücünü artırmak üzere yenilikçi düzenlemeler ve denetim yapmaktır. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu, aşağıdaki alanlarda yetkili ve sorumludur: a) Menkul kıymetler piyasası ile kurumlarını düzenlemek ve denetlemek, b) Sermaye piyasalarının çalışma ilkelerini belirlemek, c) Yatırımcıların hakları ve menfaatlerini korumak. www.cmb.gov.tr **5. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu:** Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) telekomünikasyon piyasası içindeki faaliyetlerin kanuni açıdan düzenlenmesi, uzlaştırılması, denetlenmesi ve bunlarla ilgili onay, izin ve benzeri prosedürlerin uygulanması görevlerini üstlenmiş bulunmaktadır. Kurumun temel sorumlulukları şunlardır: a) Telekomünikasyon alanında gerekli olan planları hazırlamak ve Ulaştırma Bakanlığı'na sunmak, b) Telekomünikasyon alanında kullanılan teknolojilerdeki gelişmeleri üniversiteler ve özel kuruluşlarla işbirliği içinde izlemek, c) Telekomünikasyon uygulamalarını izlemek, kontrol etmek, incelemek ve değerlendirmek, d) Telekomünikasyon hizmetleri ve/veya altyapısı ile ilgili olarak imzalanan imtiyaz sözleşmeleri

hakkında fikir beyan etmek, e) Telekomünikasyon hizmetleri ve altyapısından faydalanacak olan kullanıcılar ile bunların telekomünikasyon ağları arasındaki kullanımı ile ilgili olarak, diğer operatörler tarafından uygulanacak olan ücret tarifeleri, sözleşme hükümleri ve teknik konulara ilişkin genel esasları tanımlamak, f) Telekomünikasyon unsurlarının temeli olarak kabul edilen performans standartlarını tanımlamak ve bunları hayata geçirmek,g) Tüketici haklarını korumak için gerekli önlemleri almak. www.btk.gov.tr **6. Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu:** Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurulu (TTÜAİDK); tütün, tütün mamulleri, alkol ve alkollü içkilerle ilgili olarak faaliyet gösterilen alanlarda düzenleyici ve denetleyici sistemler tesis eder. Bu kurulun temel sorumlulukları şunlardır: a) Tütün üretimine yönelik düzenlenme ve denetimlerin yapılması; tütün tohumunun ithal edilmesi için izin verilmesi; tütün ticareti yapmak için gerekli izinlerin çıkarılması; tütün üreticilerinin yazılı sözleşmeler temelinde düzenlenmesi, izlenmesi ve denetlenmesi; resmi ihaleler düzenlemek yoluyla tütün mamulleri alım-satım işlemlerinin gerçekleştirilmesi,b) Tütün işleme tesislerinin kurulması için gerekli izinlerin verilmesi ve bu tesislerdeki imalatın, hareketliliklerin, devir teslimlerinin ve nihai kararların denetlenmesi; tütün stoklarının ve depolarının izlenmesi; tütün depolarının uyumluluğu ile ilgili izinlerin verilmesi,c) Sektörde faaliyet gösteren şirketlerin denetlenmesi,d) Üretim ve satış izinlerinin yanı sıra tütün mamulleri üretimine yönelik fabrika kurmak için gerekli izinlerin verilmesi,e) Etil alkol, metanol, damıtılmış alkollü İçecekler ve mayalı alkollü içecekler ile ilgili olarak piyasaları düzenlemek; ülke çapında uygulanacak düzenleme politikaları hazırlamak; AB yönetmelikleri ile uyumlu hale getirmek. www.tapdk.gov.tr **7. Özelleştirme İdaresi:** Özelleştirme İdaresi, diğer piyasa düzenleyicisi özerk kurumlarla aynı temel niteliklere sahip değildir. Ancak, Türkiye’de özelleştirme faaliyetleri ile ilgili olarak tam sorumluluk üstlenmiş bağımsız bir idari organ olan bu kurum, doğrudan yatırımcılar için büyük bir öneme sahiptir. Özelleştirme Yüksek Kurulu ve Özelleştirme İdaresi, Türkiye’deki özelleştirme işlemlerinin yürütülmesinden sorumludur. Bu kurumun temel sorumlulukları şunlardır:a) Hangi şirketlerin özelleştirme kapsamına alınmak için gerekli kriterleri yerine getirdiğine karar vermek,b) İşletmeleri, gerek mali gerekse kanuni konularda özelleştirme sürecine hazırlamak,c) Özelleştirme işlemlerinin tamamlanacağı süre sınırlarını tayin etmek,d) Uygun bulunan işletmeler için bir özelleştirme planı hazırlamak,e) Seçilen işletmeler için gerekli özelleştirme yöntemlerini belirlemek,f) Özelleştirme sürecine girmiş bulunan işletmeler için uygulanacak olan orantılı küçültme yöntemlerini belirlemek,g) Özelleştirme sürecine girmiş bulunan işletmelerin faaliyetlerini geçici ya da daimi olarak neticelendirmek,h) Özelleştirme süreci içinde olan şirketlerin olası tasfiye yolları üzerinde karar vermek. www.oib.gov.tr

Düzen-Nizâm

Düzen-Nizam-Sistem

Düzy -Level-:(Verimlilik ölçme) Belirli bir zaman aralığında verimlilikteki göreceli artışlar ve azalışlar. Tesisler arası, firmalar arası, uluslararası karşılaştırmalar yapmak gayesiyle kullanılabilir.

E

EAN-UCC Sistemi: Merkezi Brüksel’de bulunan EAN (Uluslararası Mal Numaralama Birliği) ile ABD’de kurulu UCC (Amerikan Numaralama Kuruluşu) organizasyonu birlikte oluşturduğu EAN-UCC Sistemi, ulusal ve uluslararası ticarete el değiştiren ürünün tanınması ve bu ürünün hareketlerinin izlenmesi için evrensel standartlar geliştiren bir “bilgi standardı tanımlama ve uygulama sistemi”dir.

Ebed müddet: Daimi, sürekli

Ebevyn- anne ve baba

Efektif: Kaydı forma dönüşmemiş, ekonomik birimlerin fiilen banknot ve bozuk para olarak ellerinde tuttukları parayı ifade etmek için kullanılan bir terimdir.

Ego: 1-Ben, ene, özbenlik. 2-Nefs.

Egzotik Opsiyonlar - (Exotic Options): Talep edenin ihtiyacına göre şekillendirilen opsiyonlardır.

Eğitim ile maddi ve manevi olarak çift kanatlı olmalı ve sistem, vasıflı insan, işi ehline veren, yeterlilik, liyakate uygun terfi ettirmeyi esas alan ve bulunduğu makamda yetersiz olanı bir alt kademeye alabilecek anlayışlı insanlar yetiştirmelidir. Eğitim sistemleri; herhangi bir fikir, ideoloji veya ölçü ile kendini kısıtlamayan ve ahlâki muhakeme gücünden mahrum insanlar yetiştiriyor. Eğitim ile bilgi ve becerileri geliştirilemeyen nesiller, gayri meşru yollara, ağlara düşmeye meyillidir.

Eğitim modeli: STEM= “Bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik” modelinde; öğrenciler bir soruyu çözerken bu dört alana yönelik bilgi alacak. Öğrenciye basmakalıp ders notları yerine, hayatın içinde karşılaşabilecekleri meselelerle başa çıkabilme yeteneği kazandırmayı hedeflemektedir. Öğretmen, öğrencinin merakını uyandıracak şekilde konuları derinleştirecek, soruyu öğretmen değil, öğrencinin soracağı bir eğitim sistemidir.

Eğitim: İnsanların toplum içinde yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine okul içinde veya dışında, doğrudan veya dolaylı yardım etme.

Eğitim: İnsanların toplum içinde yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine okul içinde veya dışında, doğrudan veya dolaylı yardım etme.

E-İş’te Risk Yönetimi: E-iş, elektronik ortamda ticari faaliyetlerin yüklediği risk daha ağırdır.

Ekolojik (organik) Tarım: Belirli kural ve ihtiyaçlar çerçevesinde kimyasal gübre, ilaçlama ve hormon kullanmadan yapılan ve tabiatı sömürmeyen sürdürülebilir bir tarım metodudur. Yani tâbi üretim yöntemlerinin günümüz şartları ve bilgileri ışığında yapılmasıdır.

Ekolojik Denge: 2872 sayılı Çevre Yasası'nın II. maddesine göre; insan ve diğer canlıların varlık ve gelişmelerini sürdürdürebilmeleri için gerekli olan şartların bütünüdür.

Ekolojik Pazarlama: Belirli çevre meselelerini ve bunların mevcut teknolojilerle önlenmesine yönelik pazarlama faaliyetlerini ifade eder.

Ekolojik Tekstil: Tekstil üretiminde çevreye zarar vermeyen açık anlaşılır ve uygulanabilir kurallar, sınırlar ve şartlar belirlenmesi ve buna uyulmasını sağlamayı hedefler

Ekonometri: Ekonomik olayların açıklanmasında pek çok sayıda değişkeni göz önüne alarak ve karşılıklı ilişkiler kurarak, teorik çalışmaların deneylerle doğrulanmasını sağlayan matematiksel çözümleme yöntemi.

Ekonometri: Ekonomik olayların açıklanmasında pek çok sayıda değişkeni göz önüne alarak ve karşılıklı ilişkiler kurarak, teorik çalışmaların deneylerle doğrulanmasını sağlayan matematiksel çözümleme yöntemi.

Ekonomi: Üretim, bölüşüm, dağıtım ve tüketim ile ilgili sistemi inceleyen ve insanların hadsiz olan ihtiyaçlarını, nispeten sınırlı olan kaynaklarla en az çaba ile en çok tatmini sağlayan teori ve yöntemlerini gösteren sosyal bir bilim dalıdır. **Ekonomik olay ise** insanın parayla karşılanabilen veya ölçü birimi para olan ihtiyaçları için yapılan faaliyetlerdir. **Ekonomi:** Varlıkların ele geçirilmesi ve bölüşümü ile ilgili sistemi inceleyen ve insanların sınırsız olan ihtiyaçlarını, nispeten sınırlı olan kaynaklarla karşılamaya çalışan bir bilim dalıdır. **Ekonomi**, sosyal bir bilim dalı olarak genel manada sınırsız insan ihtiyaçlarını kısıt olarak bilinen kaynaklarla nasıl karşılanacağını inceler. İnsan ve topluma en az çabayla en çok tatmin sağlamayı gösteren yöntemler teorisi olarak ifade edilir. Bu tanıma göre ekonomi biliminin gayesi, insan ve toplum düzeyindeki ekonomik olayları açıklamak, ekonomik kanunları tespit etmek ve gerekli durumlarda uygulamaya ilişkin önerilerde bulunmaktır. Yani **ekonomi**, sınırsız insan ihtiyaçlarını sınırlı tatmin vasıtaları ile karşılamaya çalışan bir uğraşı alanıdır. Evrendeki nispeten sınırlı kaynaklar iktisatta “Nedret Kanunu” ile açıklanmaktadır. Nedret kanununa göre, insan ihtiyaçları sonsuz; ancak onları karşılayan ihtiyaç maddeleri ise sınırlıdır. Yani “nedret” kelimesi “kıtlık” anlamında kullanılmaktadır.

Ekonomik araştırma; kurulacak işletmenin değişmez değer yatırım maliyetleri ile döner sermaye ihtiyaçlarının belirlenmesi, gelir ve gider tahminlerinin yapılması ile birlikte işletmenin ne miktarda ürün üretmesi gerektiği ve hangi pazarda hangi fiyatlardan satılabileceğini belirlemek ve pazar araştırması sonuçlarına göre hangi kapasitede ve nerede kurulacağını belirleme çalışmalarını ifade eder.

Ekonomik Büyüme: Bir ekonomik yapının nicelik ve nitelik olarak gelişmesidir. **Büyüme:** Ekonomik hayatın temel verilerinde (işgücü, doğal kaynaklar, üretim araç-gereçleri) niteliğinin iyileşmesi, verimliliğin artması, eskisinden daha rasyonel organizasyonlara gidilmesi gibi, sebeplerle kişi başına, bir seneden diğerine daha yüksek bir reel gelir sağlayacak şekilde sürekli artması. Kişi başına düşen üretim hacminde (milli gelirden) bir sene içinde meydana gelen artış. **Ekonomik Büyüme:** Bir ekonomik yapının nicelik ve nitelik olarak gelişmesidir. **Ekonomik Büyüme:** Bir ülkede, belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam tutarındaki artışı ifade eder. **Ekonomik Gelişme:** Bir ülkede belirli bir dönemde üretimdeki artış ile birlikte, ekonomideki olumlu yapısal değişimi, yani üretilen mal ve hizmetlerin kalitesinin de yükselmesini ifade eder. **Ekonomik Gelişme:** Ekonominin fiziki büyümesinin ötesinde yetenek, bilgi ve anlayışın olumlu değişimidir. **Hizmet sektöründe büyüme;** bir ülkede belirli bir dönemde üretilen hizmetlerin toplam tutarlarındaki artışı ifade eder. **Hizmet sektöründe gelişme ise** bir ülkede belirli bir dönemde hizmet üretim miktarındaki artışla birlikte sektördeki olumlu yapısal değişimi yani üretilen hizmetlerin kalitesinin de yükseltilmesini ifade eder. **Kalkınma -Development:** Belli bir ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyinden derece olarak daha iyi sayılabilecek duruma ulaşma; tüm hayat alanlarında var olandan daha farklı ve ileri olduğu düşünülen bir yapılanmaya dönüş sürecidir. **Ekonomik Büyüme:** Ülke ekonomisinde işgücünün çoğalması, üretim araçları ve GSMH'nin artması vb. genel verilerin yükselmesidir. Büyüme'de ekonominin fiziki olarak gövdesel genişliğe uğraması yani, bir ülkede üretilen mal ve hizmet miktarının zaman içinde artmasıdır. Ekonomik büyüme, bir ülkede yaşayan insanların yaşam standartlarını sürekli şekilde yükseltmenin tek yolu olarak, tüm ülkelerin temel makro ekonomik hedeflerinden bir tanesi, hızlı bir ekonomik büyüme gerçekleştirmektir

Ekonomik Değerlendirme Economic Evaluation: Alternatif faaliyetlerin maliyet ve sonuçları açısından karşılaştırmalı analizi.

Ekonomik Gelişme: Ekonominin fiziki büyümesinin ötesinde yetenek, bilgi ve anlayışın olumlu değişimidir.

Ekonomik Güç Birliği: Coğrafi ve sosyal açıdan birbirine komşu veya yakın ülkeler kendi aralarında vize gibi, uygulamaları kaldırarak birçok alanda güçlerini birleştirebilirler.

Ekonomik İşbirliği Teşkilatı: İktisadi, teknik ve kültürel işbirliğini desteklemek gayesiyle İran, Pakistan ve Türkiye arasında 1985 senesinde Kalkınma İçin Bölgesel İşbirliği Organizasyonu'nun devamı olarak kurulan ve 1992 senesinde Afganistan, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan'ın katılımıyla genişleyen teşkilattir. EİT'in üyeleri kültürel ve ekonomik alanda işbirliğini hedeflemektedirler. Ekonomik hedeflerinden en önemlisi 2015 senesine kadar serbest ticaret bölgesi oluşturmaktır. İng.: Economic Cooperation Organization, ECO

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Organizasyonu (OECD): Üye ülkeler arasında ekonomik işbirliğini geliştirmek, Avrupa'daki ve diğer az gelişmiş ülkelerdeki ekonomik kalkınmanın geliştirilmesi çabalarının koordinasyonunu sağlamayı hedefleyen bir oluşumdur. Araştırma yapmak, önerilerde bulunmak ve üye ülkelerin ekonomik meselelerine ilişkin çalışmaları teşvik etmek gibi, faaliyetlerde bulunmaktadır.

Ekonomik Kârlılık Oranı Economic Profitability Ratio: Kârın toplam sermayeye bölünmesiyle bulunan bu oran, işletmelerin başarılarını değerlendirmede oldukça yaygın olarak kullanılan bir oran. Bu orana, “yatırım getirisi”, “kullanılan sermayenin getirisi”, “kullanılan varlıkların getirisi” de denilmektedir.

Ekonomik mal ve hizmet: İnsan ihtiyaçlarını karşılama niteliğine sahip ve çevrede kıt veya sınırlı olan ve karşılığının para ile ifade edildiği ürünlerdir. **Serbest mallar ise** çevrede bol miktarda bulunan ve bir çaba harcamadan insan ihtiyacını karşılayan mallar ekonomik mal olmayıp serbest mallardır ve işletme faaliyetlerine konu olmazlar.

Ekonomik Olaylar: İnsanın parayla karşılanabilen veya ölçü birimi para olan ihtiyaçları için yapılan eylemler, faaliyetlerdir.

Ekonomik Sistem: Kuruluşların veya ülkelerin yönetimi içinde bulunulan ekonomik sistem ve şartların gelişiminden birebir etkilenmektedir. **Ekonomik sistem;** sosyal, siyasi, hukuki kurumları ve kuralları ile birlikte iktisadi hedeflerin emrinde bir koordinasyon düzeni olarak; toplumun sahip olduğu kaynakları, onların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde dağıtımını şekillendiren temel kurallardır. Ekonomi ile toplum arasındaki ilişkiyi o ülkedeki siyasi ve toplumsal değerler etkiler ve genelde siyasi yapılanma ekonomik sistemi belirler. Üretici ve tüketici kişi ve kurumlar bu sistem içinde ortaya koydukları arz ve talep durumu, makro ve mikro düzeyde ele alınmakta, sonuçta iktisadi sistemi düzenleyen bazı mikro ve makro denge kuralları geliştirilmiş olmaktadır. İşletmeler, bu sistem içinde üretim, pazarlama ve tüketim faaliyetlerini gerçekleştirecekleri için ekonomik sistemleri yakından tanımalıdırlar. Geçmişten günümüze dünyada uygulama imkânı bulmuş birçok iktisadi ve mali sistemler olmuş, burada kısmen de olsa uygulanıyor olan serbest piyasa, sosyalist sistem ve karma ekonomi sistemi incelenecektir. **Serbest Piyasa Ekonomik Sistemi:** Her türlü iktisadi faaliyetlerin kişilerin serbest teşebbüsüne ve fertler arasındaki serbest sözleşmelere bırakıldığı, üretim, tüketim, bölüşüm ve mübadeleyi ayarlama ve düzenleme işinin serbest piyasalara ve bu piyasalardaki fiyat mekanizmasına bırakıldığı iktisadi sistemdir. Serbest piyasa sistemine; Kapitalist Sistem, Liberal Kapitalist Sistem (liberalizm), Pazar Ekonomisi veya Serbest Piyasa Ekonomisi isimleri de verilir. Serbest piyasa ekonomisi, liberal düşünce akımının belirlediği bir ekonomik düzeni yansıtır ve toplumda tabii bir dengenin varlığını kabul eder. Her insan kendi menfaatini maksimuma ulaştırmaya çalışan, akılcı, bilinçli, haz, elem, hesabı yapar ‘**homo-economicus**’ dur. Arzı talebin düzenlediği bu sistemde, herkes kendi menfaatini maksimize etmeye çalışırken, toplum menfaatine (çıkarına) de hizmet etmiş olur ve dolayısıyla fert menfaatleri ile toplum menfaatleri arasında çatışma yoktur. **"Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler"** sloganı bu felsefenin temelini oluşturur. Serbest piyasa sistemi; temel olarak; özel mülkiyet, kâr elde etmek, seçme hürriyeti ve rekabet etme hakkı gibi, dört hakkı kabul eder. Eğer çok sayıda alıcı ve satıcı varsa, piyasa giriş-çıkışı serbest ise, tekeli işletmeler hâkim değilse, piyasa açık ve şeffaf ise, böyle bir piyasa serbest rekabet piyasasıdır. Serbest piyasa sisteminde tüketicinin hâkimiyeti ve üreticilerin kâr motiflerine göre tespit edilen arz, talep ve fiyat mekanizması yardımıyla kararlar verilir. A.B.D. ve Batı Avrupa ekonomileri, serbest piyasa sistemine en yakın ülkelerdir. Serbest piyasa ekonomisinden sapmalar başladığında rekabet şartlarının giderek bozulması veya ekonomik yapının liberal kapitalist sistemi savunuların düşündüklerinden farklılaşması gibi, sebeplerle devletler ekonomik hayatın işleyişine müdahale etmişler. Serbest piyasa sistemine ilk müdahale 1929 Dünya Büyük Ekonomik Buhranı ile ikinci büyük kriz veya müdahale ise Eylül 2008’de ABD’ de başlayan ve yayılan krize ülkeler değişik şekillerde müdahalelerde bulunmaktadırlar. **Kapitalist ekonomik sisteme yöneltilen eleştiriler:** **1. Emek sömürüsüne dayanması:** Kapitalizm işleyiş ve çıkış yeri insan emeğini sömürü üzerine oturtulan bir sermaye rejimi olarak kendini inşa ederken karşısına çıkan engelleri de tasfiye etmekte ve dünya ekonomileri üzerindeki hâkimiyetini de sürekli artırmaktadır. **2. Gelir dağılımında adaleti bozması:** Gelir dağılımında adaletsizliğe sebep olarak; fakiri daha fakir yaparken, zengini de daha zengin yapmaktadır. Böylece bir seçkinler ekonomisi ve sınıfı oluşturmaktadır. **3. Ahlâki olmayan yayılmacılık:** Kapitalizm, kendine uygun olmayan üretim ve tüketim sistemi yanında farklı inanç ve kültürlerin kendine uymayan taraflarını çeşitli projelerle değiştirerek uyumlu hale getirmekte ve hayatın her alanını kontrol etmektedir. Krizler sonrası kendini devam ettirme dinamiklerini, insanları birbirine düşürerek çıkardığı iç ve dış savaşlarla, israfa yönelerek, silahlanmaya dayalı olarak ve insanların emeklerini sömürerek korumakta ve zaman içinde karma ekonomi, sosyalizm, küreselleşme ve globalizm gibi, farklı kavramları kullanarak sürdürmektedir. **4. Paraya hükmetme ve reel ekonomiyi bankalara boğdurma isteği:** Ekonominin sıcak para ile döndüğü ve ülkelerin dünyada etkinliğinin dünya sermayesi ile entegrasyondan geçtiği bir süreçte; paranın madde olarak ucuz, bol ve dolayısıyla sanal olması dünya ticareti üzerinde, dünyadaki paranın mislinden daha fazla para dolaşımında bulunuşu ve kontrol edilemeyişi peşinden krizleri getirmektedir. ABD nin elinde Doların rezerv para olması ile mübadele özelliği ve senyoraj (paranın üretim maliyeti ile üzerinde yazılı değer arasındaki fark) hakkı artık sorgulanır olmuştur. Sonun başlangıcı olacak, petro dolara (petrol alım-satım kontratlarında sadece doların kullanılır olmasına) son verecek yeni bir rakip para birimi çıkmasıdır. Serbest piyasa düzeninde, banka sistem gereği ekonominin kanı olarak bilinen para kaynağını elinde tuttuğu için tarım, sanayi ve ticaret sektörlerine hâkim olmuş durumdadır. Bankacılık sektörü ekonomiye hakiki değer oluşturamaz, sadece para ticareti yapar ve kaynaklarını toplumdan sağladığı halde bu kaynağı kullanırken toplum menfaatini düşünmez. **5. Sermaye kazancını artırma isteği:** Serbest piyasa ekonomisinin yürütücüleri olan sermaye sahipleri sermayelerinin dünyanın her yerinde büyük kârlar getirmesi için ‘**paranın dini, rengi olmaz**’ sözleri ve ekonominin her türlü değerden bağımsız kendi kuralları olduğu tezini ileri sürerler. Bu tezin yanlışlığı; paranın her türlü değerden bağımsız olmadığı, sermayenin tabiatında kazancı sürekli ve yüksek tutmak için her türlü stratejik hesap ve ideolojik kaygıları değerlendirir ve bulunduğu yerde bir hâkimiyet kurmaya yönelişi gerçeği ile ortaya konulmaktadır. **6. Altına dayalı iktisadi yapıdan kâğıt paraya geçiş ve sanal değerler**

oluşturma: Altına dayalı iktisadi hayatı ve reel varlığı bertaraf ederek yerine sanal varlığı (kâğıt para ve sanal piyasalar) getirmesiyle reel olan ve altına dayalı ekonomiyi bitirerek finans aracını “aracı araç” olmaktan çıkıp hedef yapmış ve parayı bir ürün olarak görerek devamlı çeşitlendirmektedir. Kapitalist sisteminin en büyük tarafı olan ABD öncülüğünde İkinci Dünya Savaşı'nın bitimine yakın 1944'te ABD'nin Bretton Woods kasabasında toplanan Birleşmiş Milletler Para ve Finans konferansında **Bretton Woods Sistemi** kabul edilmiştir. BWS'ne göre; altına dönüştürülebilir tek para biriminin ABD doları olmasına, diğer para birimlerinin de bu dolara göre ayarlanmasına karar verilmiştir. Anlaşmayı imzalayan, parasını altına dönüştürebilir yapmayı kabul eden ülkeler paralarının değerini dolara göre belirlemişlerdir. İlerleyen zaman içinde tüm para birimlerinin dolara endeksli olmasından kaynaklanan piyasada gerilimler oluşmuş ve 1971'de ABD'nin doları altına endekslemekten vazgeçtiğini açıklamasıyla BWS çökmüştür. Bu anlaşmanın iptalinden beri ABD karşılıksız dolar basmaya devam etmektedir. ABD bu dolar ile çok şeyi satın alıyor ve avantajını kaybetmemek için Yeni Dünya Merkez Bankası ve yeni bir para birimi oluşturma fikirlerine karşı çıkıyor ve gücünü kullanarak kabul etmiyor. ABD merkezli dünyayı tek pazarlı kapitalist sisteme dönüştüren globalleşme projesi “banka - medya - hükümetten” müteşekkil “ekonomik - siyasi sistem”, gerçek değeri 8-10 katına şişiren spekülasyon finans yapısı ile sanal değerler oluşturarak dünyayı büyük bir aşmaza sürüklemektedir.

7. Dünya ekonomisini tek merkezden yürütme isteği: Global ölçekte dünya insanları; New York'u dünyanın para merkezi, Washington ABD'nin, New York'u da dünyanın başkenti olarak görüyor ve bu merkezlerde yürütülen faaliyetler, alınan siyasi ve ekonomik kararlar dünyayı etkilediğini biliyorlar. Sanayileşmiş ülkelerin türev piyasalarında yapılan spekülasyon işlemleri haksız kazanç olarak kabul edilmekte ve durum toplumları çok rahatsız etmektedir. Globalleşmenin olumsuz etkilerini en aza indirme ve insanlığın ondan faydalanması ahlâk disiplini önemli bir rehber niteliği taşımaktadır. Sistemleri kuran ve kullanan insan olduğuna göre, onları en faydalı kılmak yine insanın elindedir. Serbest piyasa sistemine ilk müdahale 1929 Dünya Büyük Ekonomik Buhranı ile ikinci büyük kriz veya müdahale ise ABD'de yaşanan Eylül 2008 ekonomik ve mali kriz artçı şoklarla Avrupa kıtasında bazı devletlerde devam etmektedir. Sosyal medyanın ve kamuoyu demokrasisinin gelişi ile birlikte global ekonomik huzursuzluklara karşı tepkiler organizeli şekilde gelişmekte ve global diktatörlük olarak görülen kapitalizmin yanlış uygulamaları tepki toplamakta ve bu kesimler krizleri ekonomik sistemler üzerinden bilhassa kapitalizm üzerinden sorgulamaya başlamışlardır. Global kapitalizmde gelişen olumsuzluklar, sermaye ve kapitalin önemini kaybetmeye başladığını ve mülkiyetin tabana doğru yayılacağı, serbestlik ve rekabetin sermayeden daha önemli olacağı tezlerine kuvvet veriyor. Genişleyerek süren bu krizin bir dünya ekonomik krizi değil bir sistem krizi olduğu algısı sürekli artmaktadır. Kapitalizm sonrasının mümkün olduğu ile ilgili birçok görüş mevcuttur. Karl Marks 19. asır kapitalizmini incelemiş ve ahlâkî bir söylemle sistemi tenkit etmiş, çoğu takipçisi kapitalizmin ahlâkî bir çerçevede gayriahlâkî olduğunu; (1)işçinin emeğini sömürmekte, (2)insanları yabancılaştırıyor ve (3)azınlığın menfaatlerini korur ve çoğunluğun adil ve iyi yaşayan bir toplum olmasına engel olduğunu üç noktada belirtmiş ve kapitalizmin sonrasının sosyalizm olacağını söylemiştir. Lakin tekelci bir devlet kapitalizmini yansıtan sosyalizmin çöküşüyle bu olmayacağı ortaya çıkmıştır. **Çare;** sermaye birikiminin rejimi olan kapitalizmin çıkış yeri insan emeğini sömürü üzerine olmasından insani bir çizgiye gelmesi imkânsızdır. İnsanın insana üstünlüğünü maddi temellere göre belirleyen kapitalist sistemin yerine insana değer veren ve insanı bir bütün olarak çevresiyle ele alan yeni bir sisteme ihtiyaç vardır. Arayışlar insan merkezli, adalet ve merhameti esas alan bir ekonomik anlayışın benimsenmesi ve sıfır faizle oluşturulacak sistemin dünya ekonomisini düzluğe çıkaracağı yönünde gelişmektedir. Bu noktada **Kanaat Ekonomisi** tüm bu kör döngüye çözüm olacaktır. Çıkış noktası ziraat toplumunun ekonomisi olan kanaat ekonomisini kurmanın yolu ahlâktan geçer. Materyalist ekonomik anlayışların getirdiği krizden ve isterik bir madde bağımlılığından günümüz insanını kurtaracak yegâne program, "**kanaat anlayışı**"na sahip olarak oluşturulan kanaat ekonomisi modelidir. **Kanaat;** ancak ihtiyacı kadar bir şeyi üreten ve tüketen, dünyadaki her nesne üzerinde diğer insanların hakkı olduğunu düşünerek onu sahiplenen bir hak ve manevi anlayıştır. Bu anlayış, sadece eşyaya dönük olmayan, insan ilişkilerinde, konuşmada, davranışlarda, üzüntü ve sevinçte ölçülü olmayı gerektiren bir hayat sisteminin; maddeye ve tüketime ait yanıdır. Kanaat anlayış ve kültürü, hayatın birçok yönünü tehlike ve felaketlerden koruyarak; şuurlu, ölçülü ve sade bir hayatın getireceği mutlu bir dünyanın kurulmasına yol açacaktır. Çünkü materyalizme dayalı ekonomik anlayışlar; israfa dayalı, kandırmacı, sömürücü ve acımasız, insanın ruh dünyasını bozan bir ekonomik anlayış; iktisadi ve ticari hayatı büyük risklerle karşı karşıya getirmiş ve büyük ölçüde sıkıntıya sokmuştur. Abartılı ve gösterişle reklam ve sınırsız üretim ve tüketim anlayışı ile insanları takat getiremeyecekleri bir tüketime doğru sürüklemektedirler. Kapitalizmin ilacı olacak bu kanaat ekonomisi; iyi ahlâk, adalet, kardeşlik, paylaşım ve yardımseverlik gibi, güzel meziyetleri barındıran meslek ve dayanışma teşkilatı olan Ahilik ve onun kurduğu Ortasandık müesseseleri ile yeniden canlandırılması mümkündür.

Ekonomik Verim -Economic Yield (or Product)-: Genellikle işletmelerin muhasebe sistemleri tarafından kullanılan, parasal değerlerle yapılan, üretim sonucunda meydana gelen katma değer sebebiyle çıktı/girdi ilişkisini ortaya koyan oranlama, ölçüt. Ekonomik verim= Faydalı Çıktı/Girdi= Girdi+Kâr/Girdi ≥ 1 Bu eşitlik, kâr verimliliğini hesaplanmasında kullanılır, bu ise; Kâr Verimliliği= Çıktı-Girdi/Girdi = (Çıktı/Girdi) -1 eşitliğiyle ifade edilir. Verim veya verimliliğin 1'e eşit olması veya 1'den büyük olması işletmeler açısından hedeflenir; oranın 1'den küçük olması işletmenin zarar ettiğini, 1'den yukarıya doğru hareketi ise, işletmenin kârlılığını gösterir.

Ekonomiklik (iktisadilik); üretimden elde edilen gelirler ile üretim sırasında yapılan maliyet giderleri arasındaki oran olarak tanımlanabilir.

Eksik İstihdam-Under employment-: Bir çalışma sürecinde harcanan emekten optimum düzeyin altında yararlanılması. Eksik istihdam, bir kişinin, çalıştığı işyerinde standart zamandan daha az çalışmasıyla

gerçekleşebileceği gibi,, vasıflarını, becerilerini, yeteneklerini veya tecrübelerini daha az kullanarak da gerçekleşebilir.

Ekstra-Fazladan

Ekstra-fazladan

Elektro Manyetik Kirlilik: Elektronik cihazların çok fazla ve gereksiz kullanımından kaynaklanan radyasyon ve olumsuzluklardır. Bir teknolojik ürün hayatı kolaylaştırırken diğer yandan bazı zararları da insan vücuduna vermektedir. Elektro manyetik kirlilik insan hayatını hızla tehdit ediyor.

Elektromanyetik kirlilik: Yaşanılan alanlarda bulunan elektrik akımı taşıyan kablolar, radyo frekans dalgaları yayan; radyo ve televizyon vericileri, cep telefonu baz istasyonları, yüksek gerilim hatları, trafolar, mikrodalga yayan ev aletleri gibi araçların oluşturduğu, insanın ve diğer canlıların üzerinde bozucu etkiler yapan “elektromanyetik alanlar” dır. Elektronik pus olarak da isimlendirilen ve gözle görülmeyen bu elektromanyetik kirlilik, bazen zaman cep telefonunun çalmasıyla televizyonda karlanma yaparak, kimi zaman ise yüksek gerilim hatları yakınında uçan helikopterleri bile düşürerek kendini gösteriyor. 20. asır ile birlikte tabiatta da var olan bu manyetik alanlara insan yapımı olanlar da eklenmesiyle bu manyetik dalgalar insan organizmasında önemli ölçüde karışıklığa sebep olmakta, vücudun molekül ve atomların dengelerini bozmakta, biyo-kimyevi işlevleri etkilenmekte ve elektriksel dolaşımı zarar görmektedir.

Elektromobil-Elektrik ile çalışan otomobil

Elektromobil-elektrik ile çalışan otomobil

Elektronik dağıtım kanalları, hizmetlerin dağıtımında doğrudan insan etkileşimini gerektirmeyen tek kanal seçeneği olarak görülür. Gerekli olan unsurlar önceden tasarlanmış hizmetle ve buna ulaştıracak bir elektronik araçtır. Ses, görüntü ve bilgi gibi, hizmetlerin müşterilerine direkt ulaştırılmasının yeni yollarından önemlileri internet, uydular ve bilgisayarlardır.

Elektronik Fon Transferi (EFT): Fonların elektronik ortamda hesaplar arası aktarımının yapıldığı sistemdir.

Elektronik harp: Çeşitli tekniklerin kullanımı ile elektromanyetik spektrum (tayfın) düşman güçlerince kullanımını tamamen engellerken bir taraftan dost güçlerce kullanımını askeri gayelere en uygun şekilde, azami faydayı sağlayacak hale getirmeyi hedefler.

Elektronik iş; internet teknolojisi üzerine kurulu, yenilikçi işletme altyapı sistemleri ile müşteri tabanını genişletme ve işletmenin hız ve etkinliğini geliştirme çabalarını ifade eder. www (World Wide Web –Dünya çapında Ağ) teknolojisindeki gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal mağazalar (sanal organizasyon) ile internette işletmeler elektronik ortamda bilgisayar aracılığı ile birçok ürünün doğrudan satışı yapılmaya başlanmıştır.

Elektronik Menkul Kıymet Transferi (EMKT): Menkul kıymetlerin elektronik ortamda hesaplararası aktarımının yapıldığı sistemdir.

Elektronik suç: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır. Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, malî hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye’de Türk Ceza Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir. **Dünyada siber suçu belirten diğer ifadeler ise:** Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Elektronik Ticaret (e-ticaret): World Wide Web (WWW) aracılığıyla yürütülen, internet üzerinden mal ve/veya hizmet alış verişidir. E- ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. E-ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklâm ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır.

Elimine etmek-Elemek

Elimine etmek-elemek

E-Mail-E -posta

E-Mail—e –posta

Emek Verimliliği -Labour productivity-: Bir işletmede elde edilen toplam üretimin miktar veya değerinin, üretim sırasında harcanan miktar veya değerine oranlanmasıyla elde edilen değerlendirme süreci.

Emek: Hizmet ve mal üretmek için gerekli olan insan kaynağı olarak insanların bedensel ve fikri çabalarını ifade eder. **Emek,** üretim için gerekli ve temel bir faktör olarak riskleri üstlenmenin dışında üretim sercine katkı sağlayan her türlü insan etkinliğini ifade eder. Emek bir üretim faktörü olarak ilk ve kaynağı insan olarak işletmenin başında bulunan genel müdürden işçiye kadar, satış elemanından muhasebeciye kadar çalışan herkesi içine alır. **Emek,** üretimde bir faktör olarak işgücü piyasasından sağlanır.

Emek-Yoğun Teknoloji Labour-intensive technology-: Diğer üretim faktörlerine oranla, emek faktörünün daha fazla kullanıldığı teknoloji.

Emergency-Acil

Emergency-acil

Emir: Yetki sahibi kişinin, işletmelerde yöneticinin işlerin yapılmasını yönetilenlerden istemesidir.

Emir; başkalarını gayelere doğru yönlendirmek ve onlara iş yaptırabilmek için yöneticinin elinde bulundurduğu bir haktır. Diğer bir tanımla **emir;** bir hareketi başlatan, devam etmekte olan bir faaliyeti durduran direktif ve talimat şeklinde de ifade edilir.

Emisyon-Sürüm

Empati (duygudaşlık): Empati: Hemhal olma. Bir insanın kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak onun duygularını ve düşüncelerini doğru anlaması olarak tanımlamaktayız. Başkalarının ne hissettiklerini anlayabilmek için öncelikle bu sözlü olmayan ifadeleri çözmek gerekir, beden duruşu, yüz ifadesi, ses tonu ve bunun yanında daha birçok şey. İşletmelerde empati ve iletişimi en iyi kullanarak istenilen verimliliği ve işsel mutluluk sağlanabilir.**Empati:** Hemhal olma.

Empati: Hemhal olma.

Emperyalizm: İmparatorluk kurma eğilimidir; bir devletin sınırlarını genişletme politikasına denir. Emperyalizm, aynı ekonomik ve sosyal bütün içinde etnik ve kültürel bakımdan farklı halkların, merkezi bir iktidarın otoriter yönetimi altında bir araya getirilmesi eğilimini ifade etmektedir. Avrupa Ülkeleri 16. yüzyıldan itibaren bilhassa merkantilist akımın etkisi ile yoğun bir sömürgecilik faaliyetine girişmişlerdir. Sanayi Devrimi, sömürgecilik ihtirasını artırmıştır. Sömürgelerin ucuz ve devamlı hammadde temin etmeleri ve sanayi mamulleri için de sürüm alanı olması, ekonomik bakımdan emperyalist ülkelere büyük yararlar sağlamaktaydı. Bununla birlikte sömürgecilik yoluyla büyük kârların sağlanması ile Avrupalı işçilerin refah seviyesi artmakta, işsizlik ihtimalleri azalmaktaydı. Modern çağların ürünü olan ekonomik emperyalizm, hammadde ve ticari sürüm alanlarının aranmasından doğmuş, merkantilist ve kapitalist çağla beraber ortaya çıkmıştır. Her imparatorluk ve her emperyalizm sömürgeci olmasa bile, imparatorluk yani emperyalizm olayı ile sömürgecilik arasında sık sık rastlanan bir bağ vardır. Nitekim 19. yüzyıldan beri Avrupa Ülkelerinin ekonomik gelişmesinde sömürgeciliğin önemli bir rol oynadığı gerçektir. Ancak kapitalist sistemin ayakta durmasını sağlayan tek unsur sömürgecilik olmamıştır. Bunu, daha çok bilim-teknoloji ve bu alanlardan yararlanma, sağlamıştır.

Empoze etmek-Dayatmak

Empoze etmek-dayatmak

Emtia Borsaları - (Commodity Exchange): Ticarete konu olabilen malların alım ve satımının gerçekleştirildiği standartlaştırılmış piyasalar.

EN (Europeane Norm): Avrupa Standartlarının kısaltmasıdır. EN Avrupa Birliği'nde Standartlar arasında harmonizasyonu sağlamak için oluşturulmuştur.

Endüstri Devrimi: İşçilerin bir işyerinde bir araya getirilip ücret karşılığı çalışmaları için kendilerine alet, makine ve malzeme verilen fabrika sisteminin ortaya çıkışı. Endüstri Devrimi bilhassa İngiltere'de 1770-1830 seneleri arasında dokuma üretiminde görülen hızlı gelişmeler sonucu başladı. Daha geniş anlamda dünya ekonomisinde süregelen yapısal değişimleri belirtmektedir.

Endüstri İşletmesi: Tabiatteki kaynakların hammadde ve malzemelerin insan ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmetler şekline dönüştürülmesi için girişilen işlemler topluluğunu sunan ve ortaya çıkaran kuruluşlara denir.

Endüstri: Genel olarak birbirine yakın ikame özelliği taşıyan mal-hizmetlerin üretimiyle uğraşan işletmeler grubu.

Endüstriyel Entegrasyon Industrial Integration: Kuruluşları daha verimli hale getirmek gayesiyle, ayrı ayrı olan kuruluşların veya üretim süreçlerinin birbirine bağlanma eğilimi. Entegrasyon bir mal veya hizmetin belli aşamalarında dikey olarak uygulanabileceği gibi, ayrı sektörlerdeki faaliyetlerde mülkiyet ve kontrol birliği sağlayan yatay bir çizgide de gerçekleştirilebilir.

Enerji Bitkisi: Etanol olarak, mısır şekerkamışı başta olmak üzere çeşitli bitkilerden elde edilen ve çeşitli işlemlerden sonra enerji olarak kullanılabilen renksiz ve yanıcı kimyasal bir bileşiktir.

Enerji savaşı. Çin, kömür enerjisini kullanarak büyüdü. Türkiye' de bu yolu takip edebilir. Sanayi Devrimi'nden önce en çok kullanılan enerji kaynağı odun idi. Sonra kömür çıktı ve 1912'de zirve yaptı sonra düşüşe geçti. Bu defa yeni bir enerji kaynağı olan petrol devreye girdi. Petrolde 1972 senesinde zirveye ulaştı ve geçen zaman içerisinde toplam enerji tüketimi içinde petrolün oranı doğal gazın devreye girmesi ile düştü. Artık fosil yakıtların sonuna geliyoruz. Düşük karbon çağına doğru ilerlerken doğalgaz bir geçiş yakıtı olarak kullanılmaktadır. Dünyanın 10 büyük şirketinin 8'i enerji şirketi. Bunun da 7'si petrol şirketi. Petrol ağırlıklı ekonomi sistemi 1945 senelerden sonra başladı. Bu petrol şirketleri yeniden bir transformasyona uğrayacak ve gelişen şartlara kendilerini adapte edecekler. Şirketler daha temiz, daha sürdürülebilir enerji kaynaklarına önem vermeye başladılar. Dünya da en fazla enerji tüketen ülke 100 senedir ABD idi, Çin 2008 senesinden sonra ABD yi ikinci sıraya itti. Türkiye'nin en büyük enerji kaynağı kömür yani linyit. Bu konuda Çin'in tecrübeleri Türkiye için önemlidir. Enerjide trend değişimi Japonya' da alternatif metan gazına okyanusun derenliklerinde ulaşmasıyla başladı. Bu gelişme kayagazı gibi, gazları ticari hale getirebilecek bir gelişmedir. Türkiye açısından metan gazı Karadeniz de zengin olmasında avantajlı olacak. Kayagazı, metangaz, havagazı, güneş ve rüzgar enerjileri geleceğin enerji kaynaklarıdır.

Enerji savaşı. Çin, kömür enerjisini kullanarak büyüdü. Türkiye' de bu yolu takip edebilir. Sanayi Devrimi'nden önce en çok kullanılan enerji kaynağı odun idi. Sonra kömür çıktı ve 1912'de zirve yaptı sonra düşüşe geçti. Bu defa

yeni bir enerji kaynağı olan petrol devreye girdi. Petrolde 1972 senesinde zirveye ulaştı ve geçen zaman içerisinde toplam enerji tüketimi içinde petrolün oranı doğal gazın devreye girmesi ile düştü. Artık fosil yakıtların sonuna geliyoruz. Düşük karbon çağına doğru ilerlerken doğalgaz bir geçiş yakıtı olarak kullanılmaktadır. Dünyanın 10 büyük şirketinin 8'i enerji şirketi. Bunun da 7'si petrol şirketi. Petrol ağırlıklı ekonomi sistemi 1945 yıllarından sonra başladı. Bu petrol şirketleri yeniden bir transformasyona uğrayacak ve gelişen şartlara kendilerini adapte edecekler. Şirketler daha temiz, daha sürdürülebilir enerji kaynaklarına önem vermeye başladılar. Dünya da en fazla enerji tüketen ülke 100 yıldır ABD idi, Çin 2008 senesinden sonra ABD yi ikinci sıraya itti. Türkiye'nin en büyük enerji kaynağı kömür yani linyit. Bu konuda Çin'in tecrübeleri Türkiye için önemlidir. Enerjide trend değişimi Japonya' da alternatif metan gazına okyanusun derinliklerinde ulaşmasıyla başladı. Bu gelişme kayagazı gibi, gazları ticari hale getirebilecek bir gelişmedir. Türkiye açısından metan gazı Karadeniz de zengin olmasında avantajlı olacak. Kayagazı, metangaz, havagazı, güneş ve rüzgâr enerjileri geleceğin enerji kaynaklarıdır.

Enerji Tasarrufu: Üretim ve konfordan fedakârlık etmeden, aynı üretim ve konfor düzeyini daha az enerji kullanarak sağlamaktır.

Enerji-Energy: Belli bir dönemde üretilen çıktının üretilmesi için tüketilen her türlü yakıt veya enerji girdisidir.

Enflasyon Hedeflemesi (Inflation Targeting): Merkez bankalarının genellikle hükümetlerle birlikte, para politikası gayesi olarak belli bir enflasyon rakamını hedeflemeleridir.

Enflasyon İthalı: Bir başka ülke enflasyonunun dış ticaret yaptığı diğer ülkelere fiyat artışı olarak yansımastır.

Enflasyon Vergisi: Para, tedavüle çıkaran kurum açısından yükümlülük, talep eden, elde tutan kurum ve kişi açısından ise bir varlık olarak düşünüldüğünde, enflasyon, parayı ihraç eden kurumun yükümlülüğünü, parayı elde tutan kurumun ise varlığını reel olarak azaltır. Bu anlamı ile enflasyon, gelir elde eden açısından vergi özelliği taşımakta, dolayısıyla vergi gibi, satın alma gücünün transferine sebep olmaktadır.

Enflasyon: Talepteki artışların yeterli ürün ile karşılanamayışından kaynaklanan fiyat artışları ve hayat pahalılığı. Günlük ifadede "genel fiyat seviyesindeki yükselme eğilimi" olarak bilinmesine rağmen, ekonomide eğilimin nasıl hesaplanacağı tartışılmaktadır. **Enflasyon**, fiyatlar genel düzeyinin devamlı olarak yükselmesi sebebiyle paranın sürekli olarak değer kaybetmesi veya tüketicilerin satın alma gücünü yitirmesidir. Bu tanımdan anlaşıldığı üzere enflasyon sadece belli bir malın veya hizmetin fiyatının tek başına artması değil, fiyatların genel düzeyinin sürekli bir artış göstermesidir. Bir ekonomide bazı ürünlerin fiyatları artarken bazıları da düşmektedir. Önemli olan ortalama fiyatların seyridir. Ortalama fiyatların seyri, fiyat endeksleri ile ölçülür. Enflasyon, bir piyasada seçilmiş mal ve hizmetlerin ortalama fiyatlarının dönemsel değişimini gösteren fiyat endeksleri ile hesaplanır. **Enflasyon;** fiyatlar genel düzeyinin sürekli ve hissedilir artışını ifade eden bir durumdur. Diğer bir tanımla **enflasyon;** nominal milli gelirin, bu gelirle satın alınan mal miktarına (gerçek milli gelire) nazaran artması yani şişmesi (deflasyonun tersi) demektir.

Enformasyon Toplumu, Information Society: Enformasyon teknolojilerinin, yaygın olduğu ve günlük hayatın vazgeçilmezleri arasına girdiği, karmaşık elektronik enformasyona ve iletişim ağlarına bağımlı hale geldiği, kaynaklarının önemli bir bölümünün enformasyon ve iletişim faaliyetlerine ayrıldığı toplumsal yapı.

Enformasyon, Information: Enformasyon, bir sistemin, kendi durumunu başka bir sisteme bildirmesi, karar birimleri arasında iletişime konu olabilen indirgenmiş ve dönüştürülmüş bilgi.

Enformasyon-İletişim Teknolojileri Information-Communication Technologies: Enformasyonun toplanması, işlenmesi ve depolanmasında, ağlar aracılığı ile bir yerden bir yere transfer edilmesinde ve kullanıcıların hizmetine sunulmasında faydalanılan iletişim ve bilgisayar teknolojilerini kapsayan bütün teknolojiler. Günümüzde EİT'lerinin en önemli özelliği teknolojik yeteneklerin sürekli aratarak, maliyetlerin sürekli gerilemesidir.

Enformatik - Bilişim Informatics-: Enformatik, enformasyonun saklanması (depolanması) ve aktarılması (transferi) süreçlerini konu alan disiplin.

Engel/Özür -Handicap-: Zarar görme ve performans azalması/kaybı sonucunda fiziki, psişik, mesleki, sosyal/toplumsal ve ekonomik açılardan kişide oluşan olumsuzluklar ve kısıtlamalar. [Dünya Sağlık Organizasyonu (WHO)]

Engel-Mani

Enstrüman: Alet, cihaz, makine, çalgı (müzik)

Entelektüel sermaye; mayasını bilgi, beceri, deneyim ve enformasyonun oluşturduğu, işletmenin mevcut ve gelecekteki başarısını doğrudan etkileyen ve rakip firmalarla kıyaslamada konumunu ortaya koyan sahip olduğu bilgi, bilgi sistemleri, patent, telif hakları ve lisans anlaşmaları gibi maddi olmayan (soyut) varlıkların bütünü şeklinde tanımlanabilir. Burada entelektüel sermaye; patentler, entelektüel mülkiyet hakları, telif hakları gibi soyut varlıklara ilave "daha yüksek değerli varlıklar üretmek için şekillendirilmiş, elde edilmiş ve güçlendirilmiş entelektüel maddeyi ihtiva eder. İşletmeler üç tip sermaye kullanarak çalışmalarını sürdürürler. Bunlar:1.Fiziksel Sermaye (fabrika, teçhizat, stoklar vb.)2.Finansal Sermaye (nakit, yatırımlar, alacaklar vb.)3. Entelektüel Sermaye

Entelektüel: Zekâsını ve analitik düşünme kabiliyeti, mesleği gereği veya şahsî gayelerine ulaşmada kullanan kişiyi ifade eder. Diğer bir tarifile entelektüel, kapsamlı bilgi ve birikim gerektiren soyut konularla derinlemesine ilgilenen kişidir.

Entelijansiya: Bilim insanları, düşünürler

Entelijansiya-İlim insanı

Entellektüel Sermaye -Intellectual Capital-: Zenginlik oluşturmak üzere kullanıma sokulabilen, bilgi, enformasyon, entelektüel mülkiyet ve tecrübelerden oluşan entelektüel malzemedir. Diğer bir tanımla; entelektüel

sermaye, potansiyel olarak mevcut olan, ancak atıl olarak pasivize edilen bilgilerin kinetiğe dönüştürülmesidir. Yani var olup, ancak görünmeyen bilgi potansiyeli olarak da tanımlanabilir.

Entellektüel, ilim, teknik ve kültürün değişik dallarında özel öğrenim görmüş aydın, münevver kişidir. Diğer bir tarifile **entelektüel**, kapsamlı bilgi ve birikim gerektiren soyut konularla derinlemesine ilgilenen kişidir.

E-Pazarlama: Sanal pazarlama veya elektronik pazarlama olarak da ifade edilen e-pazarlama internet üzerinde yapılan mal ve hizmet pazarlamasıdır. Yani mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır.

Ergonomi Ergonomy: Uygulamalı bir bilim dalı olan ergonomi, insan ile çalışma ortamı arasındaki ilişkileri inceleyerek etkinlik, verimlilik, sağlık ve insancılaştırma açılarından bilimsel yaklaşımları ortaya koyan disiplindir. **Ergonomi**, işletmede gerek çalışma şartları, gerekse üretkenliği iyileştirme açısından işin nicelik veya nitelik olarak incelenmesidir. İşçiler ve iş çevresiyle aralarındaki optimal ilişkinin başarısıyla ilgili bir bilim dalıdır. **Ergonomi**, araç, gereç ve makinelerin insan tarafından maksimum konfor emniyet ve temkinlikle kullanılabilmesi için gerekli olan ve insanların bilimsel özelliklerine ait bilgilerin toplamıdır. **Ergonomi**, iş-insan ilişkilerinden doğan problemlere uygulanabilen bir teknoloji olarak kabul edilmekte, bu sebeple çalışan insana yönelik etüd ve çalışmalar şeklinde tanımlanmaktadır. **Ergonomi**, insan ve çalışma ortamı arasındaki bilimsel ilişki olarak tanımlanabilir. Burada çalışma ortamından kasıt sadece insanın içinde bulunduğu ortam değil buna ilaveten kullandığı makine, alet ve malzemeyi, çalışma metodunu, organize eden ergonomi, teknolojiden biyolojik (fizyoloji) ve toplumsal bilimlerden (psikoloji, toplum bilim) alınan yöntemlerin kesişme noktasındaki çalışma konusunda, insanın karşılaştığı meselelere bir yaklaşım şeklidir.

Erişme-Ulaşma

Erişme-ulaşma

ERP: Kurumsal Kaynak Planlaması yani orijinal adıyla Enterprise Resource Planning; işletmelerde mal ve hizmet üretimi için gereken işgücü, makine, malzeme gibi, tüm kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayan bütünleşik yönetim sistemlerine verilen genel bir isimdir. Klasik sistemlerde her bölüm kendi ihtiyaçlarını karşılayacak farklı yazılımlar kullanır, ERP tüm bu ihtiyaçları tek bir veri tabanında toplayan yazılımlardır. ERP ile alınan bir siparişte ve siparişin onaylanması, risk kontrolünün, stok durumunun bilinmesi, ürünün rezervasyonu gibi, süreçlerin doğru koordine edilmesi, bölümler arası net bilgi akışının sağlanması gibi, tüm süreçler entegre edilir. Günümüz rekabetinin geldiği nokta gelecekte var olmak için işletmelerin ERP programlarına geçmeleri MİY uygulamalarını kolaylaştırma açısından da çok önemlidir.

Esnek Çalışma Flexible Work: İşin niteliği ve yapısına göre, gerek çalışma zamanları, gerekse çalışma yerlerinin kullanımı açısından, iş hukuku düzenlemeleri veya kurumsal yapının çalışma şartları çerçevesinde, çalışma hayatının düzenlenmesine yönelik standart dışı, değişik-alternatif çalışma şeklidir. **Esnek kelimesini**, değişen durumlara uyarlanmaya, serbest şekilde yorumlanmaya elverişli ve kesinliği olmayan, uzlaşmaya yatkın olarak tanımlayabiliriz.

Esnek Fiyatlandırma (Elastic pricing): Müşterilerin satış fiyatları üzerinde pazarlık yapmasına izin veren bir fiyatlandırma stratejisi.

Esnek Talep (Elastic demand): Fiyatlardaki belirli bir oranda düşüşün talep edilen miktarda çok daha büyük oranda bir artışa yol açtığı ve dolayısıyla satış gelirlerini önemli oranda artırdığı durumlar

Esneklik Elasticity: Bir değişkenin, diğer bir değişkenden meydana gelen küçük bir % değişimi karşısında gösterdiği tepkinin derecesi. Esneklik, değişkenlerden birini X, bu değişkendenki değişmeyi ΔX ; diğer değişkeni Y, bundaki değişmeyi de ΔY ile gösterirsek, X'deki küçük bir değişme karşısında Y'nin göstereceği tepkinin derecesidir. — Esneklik bir yandan işletmelerin üretim kapasitesine, piyasa ve rekabet şartlarına uyumunu sağlamak, diğer yandan çalışanların sosyal ihtiyaçlarına daha fazla cevap vermek üzere, katı kanun kurallarının yumuşatılarak tarafları daha çok serbest bırakılan bir sistemin benimsenmesi.

ESOP (Employee Stock Ownership Plan): Şirketlerin çıkardığı hisse senetleriyle çalışanları ortak etme yöntemidir. ABD'deki ESOP Uzmanları Derneği'nce (ESOP Professional) yürütülmektedir. ESOP uygulayan bazı şirketler şöyle: Microsoft, Coca Cola, Colgate, RC Reyhold, IBM, Compaq, General Motors, General Electric...

Eşdeğer Değişim -Equiralent Change-: Herhangi bir ekonomik politika değişimi karşısında, kişinin politika sonrasındaki fayda düzeyinde kalmasını sağlayacak şekilde, politika öncesi gelirine eklenen veya gelirinden düşülen para miktarı.

Eşdeğerleme Yöntemi: Çeşitli ürünlerin ve aynı ürünün değişik türlerinin üretildiği işletmelerde toplam fiziki üretim miktarını belirlemek gayesiyle geliştirilen özel bir hesaplama yöntemi.

Eşel Mobil: Ücretli ve maaşlıları, hayat pahalılığı karşısında korumak gayesiyle ücret ve maaşların fiyat artışlarıyla doğru orantılı olarak artmasının sağlanmasıdır.

Eşik Fiyat: Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkelere karşı uyguladığı, sınırda koruyucu fiyat niteliğinde bir uygulama. Topluluğa ithal edilen ürünlerin fiyat düzeyini belirler ve bir giriş fiyatı olan eşik fiyatıyla sınırda teslim fiyatı arasındaki fark, değişken vergi olarak alınır.

Eşitlik -Equity-: Kâr gayesi gütmeyen işletmelerde, hizmetlerin, hizmetlerden yararlanmak isteyen tüm kesimlere, ödeme güçlerine bakılmaksızın yararlanmam şansının tanınması.

Eşraf: (a.s. şerif'in ç.) Şeref ve itibâr sahibi kimseler, ileri gelenler.

Eşürün Eğrisi -Isocost line-: Belli bir miktarda üretimin gerçekleştirilebilmesi için emek ve sermaye girdilerinin olabilecek bileşenlerini gösteren eğri. Eğri üzerinde kalındığı takdirde, emek ve sermaye girdilerinin farklı bileşimleri ile hap aynı miktar ürün sağlanacaktır.

Eşya Hukuku: Hukuk dalıdır. Şahısların bir eşya üzerindeki egemenlik ve tasarruflarının nitelik ve türlerini saptar. Eşya üzerindeki egemenliğin diğer şahıslarla olan ilişkilerini belirler.

Eş-Zamanlı Mühendislik: Ürün tasarımı ve üretimi, fiziki olarak ve zaman yönünden birbirinden ayrılmadığı, ürün geliştirme ekibinde bulunan tasarımcı ve üretici arasında yüz yüze işbirliği yapılarak tüm konuların birleştirilerek uyumlu hale getirildiği, zaman ve materyal israfını önleyici sistem.

Eşzamanlı-Senkronik

Etanol: Enerji bitkisi olarak, mısır şekerkamışı başta olmak üzere çeşitli bitkilerden elde edilen ve çeşitli işlemlerden sonra enerji olarak kullanılabilen renksiz ve yanıcı kimyasal bir bileşiktir.

E-ticaret: World Wide Web (WWW) aracılığıyla yürütülen ticaret. Elektronik ticaretin kısaltılmışı olarak, internet üzerinden mal ve/veya hizmet alış verişidir. **Elektronik ticaret**, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklâm ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. E-ticaret alanındaki iş imkanları ise, satın alma uzmanı, satış temsilcisi, satın alma uzman yardımcısı ve çağrı merkezi müşteri temsilcisi.

Etik (Ethic): Evrensel ahlâk anlayışına ve yükümlülüklerine dayalı olarak ortaya konulan ve bir kişinin nasıl davranması gerektiğini gösteren iş yapma kuralları veya sistemi. **Etik**, kişilerin (bilhassa organizasyon ve işletme yöneticilerinin vb.) faaliyet ve etkinliklerinin toplum üzerindeki etkileri ile toplumun normlarına uyum açısından kanuni ve moral sorumluluklarıdır.

Etken Olmayan Süre: Bir üretim sürecinde, işçinin, makinenin veya her ikisinin yapmaları gereken üretimi ve işlemi yapmasını sebebi ne olursa olsun engelleyen duruşlar. İşçinin kendi denetimindeki sebeplerle, işçinin, makinenin veya her ikisinin birden boş geçirdiği süre.

Etkililik: Etkililik, herhangi bir işletmede, gerçekleştirilmesi hedeflenen mal veya hizmet üretiminin istenilen, düşünülen gayelere ne ölçüde ulaşabildiği, gayeleri gerçekleştirilme derecesidir. Bu anlamda etkililik, girdi faktörü bileşimleri veya maliyetlerinden çok, çıktının yararlılığına, kalitesine odaklanır.

Etkin Piyasa: Bu hipotez, bir piyasada işlem gören kıymetlerin mevcut fiyatlarının, o kıymetlere ilişkin elde edilebilir bilgilerin tümünü yansıttığını öngörür. Teori, fiyatı belirleyen alıcı ve satıcılar olduğu varsayımı ile, işlemcilerin tüm ulaşılabilir bilgilere aynı anda ve simetrik olarak ulaşabildiğini varsayar. Bu durumda oluşan fiyatın da denge fiyatı olduğu öngörülür.

Etkinlik Kontrolü: Bir işletmenin ne ölçüde etken çalıştığını belirlemek için geliştirdiği kontrol sistemleri. Etkinlik kontrolü sağlamak gayesiyle ekonomide Sıfır Esaslı Bütçe ve Programlama Bütçesi adıyla bilinen iki yöntem yaygın olarak kullanılır.

Etkinlik: Etkin olma durumu, bazı etkileri oluşturma yeteneği. **Etkinlik:** İşletmelerin, gayelerine ulaşmak için gerçekleştirdikleri etkinliklerin sonucunda bu gayelere ulaşma derecesi. Diğer bir ifade ile bir organizasyonda belirlenen gayelerin gerçekleştirilmesi için tüketilmesi beklenen kaynaklar ile gerçekten tüketilen kaynaklar arasındaki ilişki. Etkinlik, verimlilikle ilişkilendirilen en önemli kavramlardan biridir ve “faydalı çıktı sağlamak için kaynakların ne ölçüde etkili kullanıldığını” ölçmek gayesiyle kullanılır. Teknik ve Ekonomik olarak iki etkinlik önemlidir. Bunlar: **a) Teknik Etkinlik:** Fiziki bir kavram olan teknik etkenlik, bir birim çıktıyı üretmek için gerekli olan fiziki girdileri; işçilik zamanı, makine-saat, hammadde, malzeme veya diğer hizmetler gibi, üretim faktörlerinin toplamını tanımlar. Dolayısıyla, işletmelerde kapasite kullanım oranını, gerçekleşen üretim miktarı ile potansiyel maksimum çıktı arasındaki oransal ilişkiyi gösterir. Teknik etkenlik, “işletmenin elindeki fiziki girdi bileşimini en uygun şekilde kullanarak mümkün olan en çok çıktıyı üretmedeki başarısı...” şeklinde de tanımlanır. **b) Ekonomik Etkinlik;** bir üretimin sonucunda satışlardan elde edilen toplam gelir ile üretim maliyetleri arasındaki oransal finansal ilişkiyi gösteren bir kavramdır. Bu kavramın teknolojik boyutu yok, finansal boyutu vardır ve üretimin mümkün olan en düşük maliyetle yapılabilmesini hedefler.

ETUC: Avrupa İşçi Sendikaları Konfederasyonu. 1973'te kuruldu. Türk-İş de üyedir.

Euro Bonolar: Çıkaran ülkenin veya kuruluşun, kendi ulusal para birimi dışındaki bir para birimi üzerinden ihraç ettiği menkul kıymetlerdir.

Euro Dolarlar: Amerika Birleşik Devletleri dışındaki bankalarda veya ABD bankalarının yurtdışı şubelerinde tutulan ABD doları cinsinden mevduatları ifade etmek için kullanılır.

Ev Üretimi Modeli: Aile kişileri için ve aile kişileri tarafından pazar mallarının veya ödeme yapılan hizmetlerin yerine konulabilen ücretsiz faaliyetler toplamı. Ev üretimi, zihinsel ve fiziki faaliyetlerin her ikisini birden kapsar.

Evde Çalışma: Bir işveren veya aracı için işçinin seçtiği bir yerde, genellikle işçinin kendi evinde, işveren veya aracının denetimi olmaksızın, bir sözleşme gereğince bir malın üretilmesi veya hizmetin sağlanması. [Uluslararası Çalışma Organizasyonu (ILO)]

Evre-Safha-Aşama

Evre-safha-aşama

Exit-Çıkış

Exit-çıkış

Eylem-Fiil

Eylem-Fiil-Hareket-Faaliyet

Eylem-hareket-faaliyet

F

Fabrika Akış Analizi: Üretim akış analizinin bir bölümüdür. Bölümler arasındaki malzeme akışını basitleştirmek ve incelemek için ağ çözümleme yöntemini kullanan bir teknik.

Fabrika ve Makine Denetimi: Fabrika birimlerinin ve makinelerinin, etkinlik ve yararlanılma durumlarını planlamakta ve denetlemede kullanılan yöntem ve araçlar.

Fabrika Yerleştirme Düzeni: İstenilen makine ve donatımın, hammadde alımından, son ürünün dağılım devresine kadar üretim süresi boyunca, ürünün ve malzemenin en düşük maliyette, en kolay akışını ve mümkün olduğu kadar az dolaşmasını sağlayacak bir şekilde yerlerinin planlanması ve yerleştirilmesidir.

Factoring: Müşteri (şirket) alacaklarının factor denilen gerçek veya tüzel bir kişi tarafından bedeli peşin ödenerek satın alınmasıdır. Mal ve hizmet satışı yapan bir ticari işletmenin vadeli alacaklarının factor denilen bir mali kuruluş tarafından alacaklıya rücu hakkı olmaksızın satın alındığı finansal hizmettir ABD'de 1890'da doğduğu sanılan factoring, Türkiye'de 1988'de bankalar bünyesinde vermeye başladı. **Forfaiting:** Latince alacak hakkının kayıtsız ve şartsız olarak teslim edilmesi anlamındadır. Vadeli mal ve hizmet ihracatından doğan ve belirli bir ödeme planına bağlı olarak tahsil edilecek olan alacakların daha önce bu hakkı elinde bulunduranlara rücu edilmeksizin (kayıtsız şartsız ve vazgeçilmez olarak), bir banka veya bu alanda uzmanlaşmış bir finans kuruluşu (forfaiter) tarafından satın alınarak iskonto edilmesidir. Uygulamada forfaiting işlemi daha çok yatırım mallarını kapsamaktadır. 1950'li senelerde ABD ve Avrupalı ülkelerin SSCB ile dış ticaretlerinde doğdu. Uzak Doğu ve Latin Amerika ülkelerinde yaygınlaştı.

Faiz Dışı Bütçe Dengesi (Primary Balance): Bütçeden gerçekleştirilen faiz ödemeleri hariç tutularak ulaşılan bütçe dengesidir.

Faiz Ödemeleri: Bu veriler Hazine, Kamu İktisadi Teşebbüsleri, döviz pozisyonu tutan bankalar ve yurtdışından kredi alan diğer kuruluşlara ait borçların faiz ödemelerini kapsar. Bütçede eksi kalemdir.

Faiz: Üretim faktörlerinden sermayenin elde ettiği getiridir. Diğer bir ifade ile paranın kullanım bedelidir.

Farkındalık: Bir bakıma bilinçli olmak ve baktığımızı görmektir. Daha doğrusu, insan olarak etrafımızda olup-bitenlerin şuuruna ermektir. Her baktığımız şeyden anlam çıkarmaktır farkındalık. Algılamak olarak da ifade edilebilen farkındalık, çevreye bilinçli olarak bakmak ve baktığımızı görmektir.

Farklılaşma (Farklılaştırma) -Differentiation-: Bir işletmenin alanında benzersiz olarak algılanan bir ürün tasarımıyla üretmesi. Farklılaştırma, henüz hizmet götürülmemiş bir pazar dilimine yönelik olarak tümüyle yeni bir perakende formatının geliştirilmesini içeren bir stratejik yatırım fırsatı.

Fayda: Belli bir mal veya hizmetin tüketilmesinden elde edilen fayda veya tatmin. Fayda veya yararlılık, bir metayı / malı satın alan kişinin, o metadan/maldan elde edeceği değer toplamı. **Fayda:** Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını karşılama niteliğine fayda ismi verilir. Üretilen mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını tatmin etme niteliğine ve düzeyine fayda denir. Yani, üretilen mal ve hizmetlerin ihtiyaçları karşılama sebebiyle sağlanan tatmin "fayda" yı oluşturur. Üretimin temel hedefi insan ihtiyaçlarını tatmin etmektir. İnsan bir tüketici olarak kendisine en çok faydayı sağlayan mal veya hizmetleri tercih eder. Tüketici açısından fayda, aynı para ile daha fazla bünyesel doyum sağlayabilmektir.

Fayda: Üretilen mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını tatmin etme niteliğine ve düzeyine denir.

Federal Fon Oranları (Federal Funds Rate): Amerika Birleşik Devletleri'nde finansal kurumların gecelik bazda borçlanmalarını gerçekleştirdikleri piyasa faiz oranıdır.

Feed back-Geri bildirim

Feed back-geri bildirim

Fezleke-Özet, netice

Fezleke-Özet-Netice-Hülasa

Fırsat Maliyeti -Opportunity Cost-: Bir projenin gerçekleştirilmesinde kullanılan, hammadde, sermaye, işgücü gibi, bir üretim faktörünün, başka bir alanda kullanılma fırsatından vazgeçilmesinden kaynaklanan maliyet. Bazı kaynaklarda "alternatif maliyet" veya Almanca'dan (verzichtkosten) çevrilmiş haliyle "vazgeçme maliyeti" olarak da kullanılmaktadır.

Fiilcümle: Kısmen, Bilcümle: Tamamen

Fiil-Eylem

Fiili Kapasite: Kullanılan kapasite veya ortalama kullanım kapasitesi olarak da ifade edilen fiili kapasite; belirli bir üretim dönemi içerisinde elde edilen mal ve hizmetlerin toplamını ifade eder. Bir ekmek fırını gerçek kapasitesini kullanarak her gün 5000 ekmek üretip satarken, aynı yere yeni bir ekmek fırını açıldığında yeni fırın, eski fırının bazı müşterilerini alacağı için, eski fırının günlük ekmek üretimi (2000 ekmek/gün) azalacaktır. Bu durumda eski ekmek fırınının kullanılan kapasitesi 3000 ekmek/gün, aylak (boş) kapasitesi de 2000 ekmek/gün olacaktır. Buna göre, gerçek kapasiteden kullanılmayan boş kapasite çıkarılırsa kullanılan (fiili) kapasite bulunmuş olur.

Fikir Liderleri (Opinion leaders): Belirli bir konu hakkında bilgiye ve uzmanlığa sahip olduğu kabul edilen ve fikirleri, tutumları, tercihleri ve eylemleri başkalarını etkileyen kişiler.

Finans İşlevi: İşletmelerin kurulabilmesi veya kurulu bir işletmenin üretim yapabilmesi için gerekli olan para giriş ve çıkışlarını en az maliyetle gerçekleştirme işlevlerinden oluşan bir bütündür. Bir işletmenin gayelerini gerçekleştirmek için gerekli olan parayı, ödeme araçlarını ve her türlü imkânı sağlayacak ve işletmenin her türlü yükümlülüklerini yerine getirecek şekilde para akışının yönetimi ve bunlarla ilişkili işlemlere finans denilmektedir.

Finans İşlevi: İşletmelerin kurulabilmesi veya kurulu bir işletmenin üretim yapabilmesi için gerekli olan para giriş ve çıkışlarını en az maliyetle gerçekleştirme işlevlerinden oluşan bir bütündür. Bir işletmenin gayelerini

gerçekleştirmek için gerekli olan parayı, ödeme araçlarını ve her türlü imkânı sağlayacak ve işletmenin her türlü yükümlülüklerini yerine getirecek şekilde para akışının yönetimi ve bunlarla ilişkili işlemlere finans denilmektedir.

Finans işlevi; işletmenin kurulabilmesi veya kurulu bir işletmenin üretim yapabilmesi için gerekli olan para giriş ve çıkışlarını en az maliyetle gerçekleştirme işlevidir.

Finans kurumları: Bir işletmenin ihtiyaç duyduğu fonları elde ettiği kurumlara, **finans kurumları** ve bu kurumların bulunduğu alana **mali piyasalar** denir.

Finans yönetimi; işletmenin mevcut fonları ile ihtiyaç duyduğu fonları en uygun şartlarda sağlama, bu fonların değerini koruma ve etkin şekilde kullanımını gerçekleştirmektir. Finansal faaliyetlerin planlanması, organizasyonu, yöneltmesi, koordinasyonu, kontrolü finans yönetiminin temel konusudur.

Finans: "işletmelerin kurulabilmesi veya kurulu bir işletmenin üretim yapabilmesi için gerekli olan para giriş ve çıkışlarını en az maliyetle gerçekleştirme işlemlerinden oluşan bir bütündür. **Finans,**"bir işletmenin gayelerini gerçekleştirmek için gerekli olan parayı, ödeme araçlarını ve her türlü imkânı sağlayacak ve işletmenin her türlü yükümlülüklerini yerine getirecek şekilde para akışının yönetimi ve bunlarla ilişkili işlemlere finans" denir.

Finansal Analiz -Financial Analysis-: Bir işletmenin mali durumunun, faaliyet sonuçlarının ve finansal gelişmesinin yeterli olup olmadığını tesbit etmek ve o işletme ile ilgili geleceğe dönük tahminlerde bulunabilmek gayesiyle, finansal tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin ve bunların zaman içerisinde oluşturduğu eğilimlerin incelenmesi.

Finansman: Bir teşebbüsün kurulabilmesi ve üretim yapabilmesi için, her türlü ödemeleri günü gününe, en ucuz yoldan yapabilecek şekilde para giriş ve çıkışlarını yönetmeye finansman denir. Fonların tedarik edilmesi ve planlı bir şekilde kullanılması şeklinde kısaca tanımlanabilir. İşletmeler faaliyet başında veya ileriki aşamalarda her an finansmana ihtiyaç duyabilir. Bir işletmenin ihtiyaç duyduğu fonları elde ettiği kurumlara, **finansman kurumları** denir. Sermaye piyasaları, bankalar, sigorta şirketleri, emeklilik kurumları, Bağkur, bankerler, kredi kooperatifleri, vb. Finansman araçları olarak da, çek, bono, poliçe, avanslar, açık krediler, hisse senetleri, güvence ve kefalet mektupları, vb.

Finansman; bir işletmenin ihtiyaç duyduğu fonların (para, sermaye) uygun şartlarda sağlanması ve etkin bir şekilde kullanılması ile ilgili faaliyetlerdir.

Finish-Bitiş-Variş

Finish-bitiş-variş

Fire -Leakage-: Hammadde ve işgücü kaynaklarının belirli bir faaliyette ekonomik fayda sağlamaksızın tüketilmesi veya harcanması. **Endüstri işletmeleri açısından fire,** üretim sürecine giren hammaddenin çekmesi veya buharlaşması sonucu ortaya çıkan ve ekonomik bir değer taşıyan miktar kaybıdır. **Bir başka ifadeyle fire,** madde ve malzemelerde buharlaşma veya toz, duman haline gelme gibi, sebeplerle meydana gelen kayıp ve azalmadır. Kayıp tarzındaki firenin aksine, üretim işlemi sonunda hammadde yapısında miktar ve hacim olarak bir artış da meydana gelebilir. Özellikle tekstil sanayiinde hammaddenin uzaması ve/veya genişlemesi sonucu bir artış olabilir. Bu artışa ise "**pozitif fire**" denilmektedir.

Fiyat (Price): Bir mal, hizmetin veya fikrin satın alınması veya kullanılması karşılığında talep edilen para veya benzeri değerler. Nihai ürünün pazar ortamında aldığı para veya herhangi bir ürün cinsi değeridir.

Fiyat Etkisi -price effects-:Fiyattaki değişikliklerin satın alınan mal miktarında ortaya çıkan değişiklikler.

Fiyat farklılaştırma (Price discrimination): Bir tedarikçinin aynı ürünü farklı müşterilere farklı fiyatlarla satış yapmasıdır. Kanuni ve etik bir davranış değildir. Genellikle müşteri rantını almayı hedeflemektedir.

Fiyat İstikrarı: Para politikasının uzun dönemli temel gayelerine (büyüme ve istihdam) yönelik olarak ekonomik birimlerin karar alma süreçlerinde etkili olmayacak ölçüde düşük ve istikrarlı bir enflasyon oranını ifade eder.

Fiyat Kurtarma - Price Recovery: Girdi maliyetleri ile satış fiyatları arasındaki görece değişimin, diğer bir deyişle işletmenin birim maliyet değişikliklerini fiyatlarla dengeleme yeteneği.

Fiyat Sabitleme (Price fixing): Bir ürün için perakende satış fiyatlarını ortak belirleme konusunda bir dağıtım kanalının üyeleri arasında varılan (gizli) anlaşmadır. Kanuni ve etik olmayan bir uygulamadır.

Fiziki Dağıtım Fonksiyonu (Physical distribution function): Dağıtım kanalının kendisinden beklenen görevlerini yerine getirebilmesi için malların fizik olarak üretim noktalarından tüketim noktalarına kadar akışını gerçekleştirmesidir.

Fiziki Dağıtım Sistemi (Physical distribution system): Bir şirketin sipariş işleme, ürünlerin yükleme-boşaltması, stoklara kaydedilmesi, depolama ve nakliye fonksiyonlarının bileşimi ve ürünlerin imalatçıdan tüketiciye ulaştırıldığı araçlar topluluğu.

Fiziki Verimlilik: (Verimlilik ölçme) Girdi/Çıktı ilişkisi hem pay, hem de payda olarak fiziki terimlerle ifade edilebilir. Mesela; ton çelik/çalışılan adam saat. Zaman zaman fiziki veriler yerine cari parasal değerler de kullanılabilir.

Focus Grup Mülakatı (Focus group interview): Az sayıda insanın oluşturduğu bir grubun bir moderatörün açık uçlu sorularına verdiği cevaplarla gerçekleştirilen bir pazarlama araştırması tekniğidir.

Fon (fonds): Fransızca bir kelimedir; büyükçe para, sermaye ve belli bir iş için gerektiğince ödenmek üzere ayrılmış işletilen para anlamlarına gelir. (Tahsin SARAÇ, Fransızca Türkçe Büyük Sözlük, Ankara 1976, c.I, s.575.) **Fon:** Nakit, vadesiz mevduat, kredi, karşılıklar, yedekler, dağıtılmamış karlar gibi, gerektiğinde para gibi, görev yapabilecek her türlü ödeme araçlarıdır. Fon paradan daha geniş bir kavramdır.

İctimai ve Siyasi Kavramlar ---- Metin Arslan

Fon: Nakit, vadesiz mevduat, kredi, karşılıklar, yedekler, dağıtılmamış kârlar gibi, gerektiğinde para gibi, görev yapabilecek her türlü ödeme araçları olarak paradan daha geniş bir kavramdır.

Fonksiyon-İşlev

Fonksiyon-işlev

Fonlama: Özkaynaklarını kullanarak kaynak sağlama yöntemidir. Senet ihraç edilmesidir. Şirketler, borç alarak veya özkaynaklarını kullanarak kaynak sağlarlar.

Fordizm (Fordist Üretim Sistemi) –Fordism-: Özellikle 1914 senesinde Ford otomobil fabrikasında kullanılmaya başlayan ve 1970'lere kadar dünyanın ileri sanayi modeli olarak kabul edilen ünlü montaj hattı, üretim organizasyonu sistemi.

Formalite -Formality-: Bir yönetimin isteklerine ve ihtiyaçlarına uygun, belli bir şekil içinde kalınarak/standartlaştırılarak elde edilmiş ve açıklanmış bilgiler ve bu bilgileri belirli kalıplar içinde kalarak, bu kalıpların dil yapısına uygun düşecek şekilde oluşturulan belgeler.

Formasyon -Formation-: İşgörenlerin bilgilerini, davranışlarını, tutumlarını ve zihinsel kapasitelerini kullanma imkânlarını geliştirmede yardımcı olan faaliyet, araç ve yöntemler.

Formel(-Formal) organizasyon: İnsan İlişkileri Hareketi tarafından, yönetim, organizasyon şemaları, otorite ve iletişim zinciri için kullanılan bir kavramdır.

Formel: Yapılandırılmış

Formel-Yapılandırılmış

Fotovoltaik: (ısıya maruz kaldığında enerji üretebilen) malzemeler.

Fotovoltaik-Isıya maruz kaldığında enerji üreten malzemeler

Franchising (Franchise), (yetkili bayilik sistemleri) : Ayrıcalık, imtiyaz, serbest bırakmak) –Franchising-: Belli bir ürün/hizmet imtiyaz hakkına sahip bir işletmenin belli süre, şart ve coğrafik sınırlamalar dâhilinde, işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin tam ve doğru bilgi, destek ve know-how sağlamak suretiyle, imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere, yerel pazarlarda faaliyet gösteren diğer bir işletmeye veya işletmelere verdiği imtiyazlardan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir işbirliği. **Franchising:** Sözleşmeye dayalı, direkt bütünleşmiş bir pazarlama sistemidir. Bu sistemde know-how ve markanın imtiyaz hakkı sahibi, belirli süre, şart ve sınırları kapsayan anlaşmayla bağımsız yatırımcılara sistemini ve markasını kullandırır. Franchise vermek için öncelikle tanınmış bir marka ve başarılı bir organizasyon olması gerekir.

Franchising (Franchising): Sözleşmeye dayalı bir dağıtım sistemi. Ana firmanın kendi pazarlama planına bağlı olarak kendi markasıyla satış yapması için bir ücret karşılığında iş yapma haklarını vermesi.

Fuar: Yurtiçi veya dışı ticareti geliştirmek gayesiyle düzenlenen ve yerli ve/veya yabancı firmaların mallarının belli süreler içinde sergilendiği büyük ticari merkez.

Full time-Tam gün

Full time-tam gün

Full-Tam dolu

Full-tam dolu

G

G-20: Küresel ekonominin işleyişini yapılandırılacak unsurların ele alındığı, tartışılıp yol haritalarının çizildiği işlevsel bir uluslar arası forum ortamıdır. Türkiye'nin de üye olduğu G-20, G-8'e oranla daha geniş katılımcı ve demokratiktir.

G-20: Küresel ekonominin işleyişini yapılandırılacak unsurların ele alındığı, tartışılıp yol haritalarının çizildiği işlevsel bir uluslar arası forum ortamıdır. Türkiye'nin de üye olduğu G-20, G-8'e oranla daha geniş katılımcı ve demokratiktir.

GAP (Güney Doğu Anadolu Projesi): Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Adıyaman, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin, Siirt, Şırnak, Şanlıurfa ve Batman illerini kapsayan, bölgenin gelişme potansiyelini ortaya çıkarmak ve diğer bölgelerle iktisadi, sosyal ve kültürel gelişmişlik farklarını azaltmak gayesiyle yürütülen ve ağırlıklı olarak tarımsal sulama ve enerji politikalarına dayanan çok kesimli bütünleşik bir bölgesel kalkınma projesidir. İng.: Southeastern Anatolia Project / Güneydoğu Anadolu Projesi, Fırat ve Dicle Nehirleri üzerinde yapımı öngörülen barajlar, hidroelektrik santralleri (HES) ve sulama tesislerinin yanı sıra tarımsal altyapı, ulaştırma, sanayi, eğitim, sağlık ve diğer sektörlerin gelişmesini ve hizmetlerini kapsayan çok yönlü bir proje demetidir. Kapsamı: GAP kapsamında enerji ve sulama gayeli 13 adet büyük proje ile Fırat Nehri ve kolları üzerinde 14 baraj, 11 HES; Dicle Nehri ve kolları üzerinde 8 baraj, 8 HES olmak üzere toplam 22 baraj ve 19 HES'in yapımı planlanmıştır.

Gaye; bir işletmenin gelecekte ulaşmayı düşündüğü durum olarak tanımlanabilir. Bu açıdan gaye strateji oluşumuna temel teşkil eder.

Gayelere Göre Yönetim: İşletmelerde gayelerin zaman içerisinde önem kazanmasından dolayı gayelere göre yönetim felsefesinin doğmasına sebep olmuştur. Gayelere göre yönetim, bir organizasyonda üst ve astların gayelerini birlikte belirledikleri, sorumluluk alanlarını ve ulaşacakları sonuçları birlikte kararlaştırdıkları ve belirli aralıklarla gelinecek noktayı birlikte inceledikleri bir süreçtir.

Gayet-Son derece

Gayri Safi Ulusal Yatırım -Gross National Investment-: Ulusal ekonomi düzeyinde veya bir işletmede, belirli bir dönem içerisinde gerçekleştirilen yatırım harcamalarının tümü. Tüm kullanım dışı kalan duran varlıklara yapılan

yatırım harcamalarını da kapsayan Gayri Safi Ulusal Yatırım harcamalarından yenileme gayesiyle yapılan yatırımlar düştüğünde, geriye kalan net yatırım miktarı negatif ve pozitif olabilir.

Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla (GSYİH) -Gross Domestic Product-: Belirli bir zaman aralığında ulusal ekonominin ürettiği nihai mal ve hizmetlerin piyasa değerinden kamu ve özel kesimin yurt dışındaki varlıklarının gelir ve kazançlarının çıkarılmasıyla elde edilen değer. (GSYİH). Bir ülkede belirli bir senede hem o ülkenin vatandaşları hem diğer ülkelerin vatandaşları tarafından üretilen nihai malların üretildikleri sene piyasa fiyatları üzerinden değeri nomina-yazılı- gayri safi yurtiçi hasılayı ifade eder.

Gayrimenkul Leasing: Kiralama yöntemidir. Amortisman ödentisi bitinceye kadar tapu, leasing şirketince tutuluyor. Türkiye'de ekonomik olmadığı için kullanılmıyor.

GDO: Genetiği Değiştirilmiş Organizma'lı Gıda. / GDO'lu gıdalar küresel sermayeye sahip büyük şirketlerce dünyaya yayılmaya çalışılıyor.

Geleceğin İstihdamı Fonu: Genç nüfusu istihdam etmeyi teşvik için kurulan fon.

Geleneksel (Klasik) Pazarlama: Üretim, ürün ve satış kavramlarının üstünlüğüne, 1920' lerde pazara hâkim olan tüketici mesele ve ihtiyacı çözümlerine yerine, sadece ürün satın almaya bakarak, ürünün kalitesi ile ilgilendikleri, rakip ürünlerin kalite ve özelliklerini, birbirinden farklarını bildikleri ve ödedikleri paranın karşılığında en iyi kaliteyi tercih edecekleri ve "iyi ürün kendini satar" anlayışına dayanır.

Geleneksel Pazarlama veya klasik pazarlama anlayışı olarak da isimlendirilen satış yönlü pazarlama anlayışında işletmenin, tüketicilerin ilgisini çekmek için önemli bir çaba göstermediği sürece tüketicilerin ya hiç veya yeterince ürün almayacağı varsayılır. Satış anlayışı, "tüketicilerin çok gerekli olmayan şeyleri satın almaya karşı direndikleri, çeşitli satış geliştirme araçlarıyla daha fazla satın almaya karşı ikna edilebilecekleri müşteri çekmek ve tutmak için satış yönlü güçlü bir organizasyon kurulması gerektiği" düşüncelerine dayanır. Klasik veya geleneksel pazarlama olarak da ifade edilen satış yönlü pazarlama anlayışında başlangıç noktası olarak işletme alınır. İşletme önce ürünü üretir sonra satmanın yollarını aramaya başlar. Bu yaklaşımda hedef satış hacmini artırarak kâr elde etmek ve bunu yükseltmektir. Bunun için kullanılan araç yani pazarlama bileşenleri-karması ise ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma ile reklâm ve bilhassa kişisel satış, çıkış noktası ise müşteriler olmayıp işletmenin ürettiği, mevcut ürünlerdir. Bu yaklaşımda firmalar genel olarak malların "satın alındığını" değil "satıldığını" varsayarlar, burada gaye talebi arza buyun eğdirmektir. Klasik veya geleneksel pazarlama anlayışı, ürün ve üretim anlayışlarıyla birlikte katı varsayımlara, önyargılara ve alışkanlıklara dayalı klasik kafa yapısını temsil eder ve bu anlayış değişime kapalı, hiçbir şeyi umursamaz davranışlar sergiler ve sloganları " **ister al ister alma, batmamak için sat**" tır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğu sektörlerinde bu anlayış hala vardır. Ancak gelişen dünya şartlarında satış anlayışının uzun süre devam etmesi oldukça güçtür.

Gelir Dağılımı -Income distribution-: Bir ekonomide belli bir dönemde oluşturulan gelirin kişiler, toplumsal gruplar ve üretim faktörleri arasında bölüşülmesi. Gelirin sektörler ve farklı gelir grupları arasında dağılımı.

Gelir Tablosu: Bir işletmenin bir döneme ilişkin faaliyet sonuçlarını gösteren tablodur. Diğer bir tanımla gelir tablosu; bilançoda tek bir rakam olarak yer alan dönem net karı veya zararının nasıl oluştuğunu ayrıntılı ve özlü bir şekilde gösteren temel bir mali tablodur. Gelir tablosunda işletmenin bir faaliyet dönemi içinde elde ettiği tüm gelirler ve bu gelirleri elde etmek için katlandığı tüm giderler sınıflandırılmış olarak yer alır.

Gelir; gerçek veya tüzel kişilerin üretimden tüketime kadar geçen ekonomik süreçte üretim faktörleri ile ekonomiye katılmaları sonucu elde edilen veya üretim faktörleri kullanmadan çeşitli sebeplerle ekonomik gücündeki artışı para ile ifade eden kıymetlerdir. Diğer bir ifade ile **gelir;** üretim faaliyetlerine katılan faktörlerin elde edilen hâsıladan işlevsel bölüşüm sonucunda aldıkları payları ifade eder.

Gelişim Yönetimi: İş süreçlerinde ortaya çıkan değişimlerin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesi, planlanması ve benimsenmesi süreci olarak tanımlanabilir. Gelişim Yönetiminin gayesi, etkin bir işletme stratejisi ile organizasyon performansını artırmak ve sonrasında ise sürekli gelişmeyi sağlamaktır. Yeni Ekonomi yapısı içinde gelişim, önemini daha da artırmıştır. Günümüzde, dünyada en fazla tartışılan ve konuşulan konuların başında, gelişim kavramı yer almaktadır. Özellikle son senelerde giderek artan küreselleşme olgusunun da etkisiyle, işletmeler Gelişim Yönetimi kavramıyla, daha fazla ilgilenmek durumunda kalmışlardır.

Gelişim: Planlı veya plansız bir şekilde sistemin bir durumdan başka bir duruma dönüşmesi olarak açıklanabilir. Yeni ve daha zor bir piyasa ortamında rekabet edebilmek için, işletmenin yönetim şeklinde köklü değişiklikler gerçekleştirilmesi bunun içinde varlık sebebini göz ardı etmeden yeniden yapılanmayı gerçekleştirmelidir. Gelişim, işte kalite, iş ahlakının yerleşmesi, yönetim ve siyasette liyakat, çalışmada yüksek performans, dünya ölçeğini aşan bir organizasyon ve teknolojiye yüksek seviyeyi sağlamak olarak algılanmalıdır. Esnek bir organizasyon yapısı ve öğrenen bir organizasyon kültürü, Gelişim Yönetimi için gerekli unsurlardır. / Yeni Ekonomi yapısı içinde gelişim, önemini daha da artırmıştır. Yeni Ekonomi ile eski ekonomi kavramlarını birbirinden ayıran en önemli unsur, sahip olunan bilgi ve iletişim araçlarının kullanılış şeklindeki farklı uygulamalarda göze çarpmaktadır. Yeni Ekonominin katma değer oluşturan en önemli unsuru bilgidir. Yeni ekonomik yapı ve enformasyon teknolojilerinin kullanımı, işletmelerin yapılarını ve organizasyon şemalarını, iş gören profillerini, müşteri ilişkilerini ve pazarlama stratejilerini önemli ölçüde değiştirmektedir. Yeni organizasyon yapısında hız, esneklik, yapıcılık ve yenilikçilik sürekli önem kazanmaktadır. İşletmeler gelişen dünya şartlarına ayak uydurabilmek ve küresel rekabet ortamı içerisinde başarılı olabilmek için kendilerini geliştirmek zorundadırlar. İşletmelerin bu gelişimi gerçekleştirebilmeleri için ilk aşamada küresel bir vizyon oluşturmaları ve bu vizyonu çalışanları ile paylaşmaları gerek, ikinci aşamada, işletmelerin kültürlerinde ortaya çıkan değişimler yani işletmelerin kültürleri, yapılacak yenilikleri ve atılımları destekleyici bir

yapıya kavuşturulmalıdır. Gelişim sürecinde son aşama ise, işletmelerin insan kaynakları yönetiminde gerçekleştirilebilecek değişimlerdir. Günümüz uygulamalarında müşteriye mutlu edebilmek için öncelikle çalışanları mutlu etmek gerekmektedir.

Genel İmalat Maliyeti -Gross Production Cost-: Direkt hammadde ve direkt işçilik dışında kalıp, üretime yardımcı olan endirekt malzeme, endirekt işçilik ve diğer tüm endirekt maliyetlerden oluşan maliyet.

Genel Ticaret ve Tarifler Anlaşması (GATT): Uluslararası ticaretle ilgili en önemli anlaşmalardan biridir. 1948 senesinde 23 kurucu ülke tarafından oluşturulan bu organın üye sayısı günümüzde 100.ün üzerindedir. GATT'ın gayesi dünya ticaretini serbestleştirmek, ülkelerin kalkınmasını kolaylaştırmaktır. GATT'ın bazı gaye ve ilkeleri şu şekilde sıralanabilir: Ticaretin ayrıcalıksız bir temel üzerinden yapılması: Tüm üye ülkelerin eşit temeller üzerinden ve ticaret engellerinin indirilmesinden doğan faydaların eşit olarak paylaşılması, hiç bir ülkenin başka bir ülkeye özel avantaj, ayrıcalık tanıması ilkesidir. Korumacılığın (himayeciliğin) yalnızca taraflar kanalıyla yapılması: Korumanın ulusal sanayilere, ticarî önlemlerle değil, yalnız gümrük tarifeleri kanalıyla verilmesi ilkesidir. Çekilme ve mümkün olan kritik durum uygulaması: Bir ülkenin ekonomik durumunun kritikleşmesi hâlinde GATT ile ilgili yükümlülüklerinde değişiklik istemesi veya çekilme isteme hakkıdır. Ticaret için dengeli bir temelin oluşturulmasının sağlanması için tarife görüşmelerinin bağlayıcı olması sağlanmıştır.

Genel yönetici; büyük bir şirket, bunun bir işletmesi veya onun bir alt bölümü gibi, karmaşık bir birimi yöneten ve onun tüm faaliyetlerinden sorumlu olan yönetici tipidir.

Genellikle-Umumiyetle

George SOROS: Para sihirbazı ünlü tefeci Macar Yahudisi Amerikan vatandaşı

Gerçek Kapasite: Pratik, kullanılabilir veya normal kapasite olarak da ifade edilen gerçek kapasite; teorik kapasiteden, faaliyet kesilmelerinin çıkarılmasıyla bulunan kapasiteye denir. Mesela, bayram arefelerinin fevkalade çalışma ortamında bir ekmek fırınının teorik kapasitesi 7000 ekmek/gün ise, normal çalışma günlerinde gerçek kapasitesi 5000 ekmek/ gün olabilir. İşletmelerin gerçek kapasiteye ulaşabilmesi, ürettiği ürüne olan talebe, iş akışında hata durumuna, hammadde be benzer girdilerin teminine ve benzer diğer sebeplere bağlıdır. Teorik kapasite, iş hayatında fevkalade durumların kapasitesi olarak ifade edilir ve bu kapasiteyle uzun süre üretimde bulunmak imkânsızdır. Çalışanların istirahati, makinelerin bakımı, yağlama, soğutma bakım gibi, kesintiler ve hammadde ve yardımcı madde girişindeki aksamalar gibi, bekleme ve gecikmeler olacaktır. Belirtilen bu her türlü bekleme ve gecikmelere "**faaliyet kesilmeleri**" denir.

Gerçek Kişi: Sağ ve tam doğmak kaydıyla kişinin anne karnına düşmesinden ölümüne kadar süreçte hukuken kişiler için kullanılan kavramdır. **Tüzel kişi-hükmi şahıs ise** gerçekte kişilik sahibi olmayan ancak varsayım olarak kişilik sahibi olduğu kabul edilen kişi veya mal topluluklarıdır. Tüzel kişilik; organizasyon unsuru, organize edilmiş araçlar topluluğu, ortak gaye ve devletin tanınması gibi, dört unsurdan oluşur

Gerçek-Reel

Gereksinim-İhtiyaç

Gereksinim-ihitiyaç

Gerektiğinde: İcabında

Geri Besleme (Feed back): Tüketicilerden, mesajın kaynağı olan satıcılara veya reklâmcılara doğru, ürüne ilişkin tutum ve tepkilerin iletilmesidir.

Gerilla Pazarlama: Pazarı büyüterek satışları artırmak yerine, rekabet edilen işletmelerin zaaflarından faydalanarak onların piyasa paylarını elde etmeye yönelik pazarlama faaliyetleridir.

Gıda güvenliği: Ambalajında yazılan değerlerden farklı sonuçlar gıdada bir hiledir.

Gıda Hakkı: "Cinsiyeti ve yaşı ne olursa olsun, her insanın her zaman sürekli, yeterli, güvenli ve kültürel tercihinine uygun gıdaya veya gıda üretmek için gerekli araçlara ulaşma hakkı vardır. İnsanlar gıda ihtiyaçlarını kendi kontrollerinin dışında, engelli, yaşlılık, ekonomik yetersizlikler, hastalık, felaket veya ayrımcılık gibi, durumlarda karşılayamadıkları zaman gıda ihtiyaçları devlet tarafından karşılanmalıdır." 1966 senesinde kabul edilen Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Sözleşmesinde geçen bu paragraf; içerisinde tüm temel sorunları ve çözüm yollarını barındırmaktadır. Artık tüm taraflarca bilinmektedir ki; dünyada açlık sorununun asıl sebebi nüfus artışı değil, kaynakların haksız paylaşımıdır. Ülkemiz de dâhil birçok ülkede bir tarafta gıda fazlası varken ve depolardaki stoklar çeşitli kampanya ve reklâmlarla eritmeye çalışılırken; diğer yandan gıda satın alacak parası olmayan insanlar bu gıdalara ulaşamamaktadır.

Gıda Hakkı: "Cinsiyeti ve yaşı ne olursa olsun, her insanın her zaman sürekli, yeterli, güvenli ve kültürel tercihinine uygun gıdaya veya gıda üretmek için gerekli araçlara ulaşma hakkı vardır. İnsanlar gıda ihtiyaçlarını kendi kontrollerinin dışında, engelli, yaşlılık, ekonomik yetersizlikler, hastalık, felaket veya ayrımcılık gibi, durumlarda karşılayamadıkları zaman gıda ihtiyaçları devlet tarafından karşılanmalıdır." 1966 senesinde kabul edilen Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Sözleşmesinde geçen bu paragraf; içerisinde tüm temel meseleleri ve çözüm yollarını barındırmaktadır. Artık tüm taraflarca bilinmektedir ki; dünyada açlık meselesinin asıl sebebi nüfus artışı değil, kaynakların haksız paylaşımıdır. Ülkemiz de dâhil birçok ülkede bir tarafta gıda fazlası varken ve depolardaki stoklar çeşitli kampanya ve reklâmlarla eritmeye çalışılırken; diğer yandan gıda satın alacak parası olmayan insanlar bu gıdalara ulaşamamaktadır.

Gider Expenditure, Expense: Bir iktisadi birimin (kurum, kuruluş, işletme vb.), kişinin mal ve hizmet üretebilmek, bir etkinliğini sürdürebilmek, bir ürüne sahip olabilmek gibi, gayelerle, sahip olduğu ekonomik kaynakları (para veya mal) elden çıkarması. Harcama.

Girdi-Input-: Herhangi bir üretimde kullanılan çeşitli unsurların, fiziki ifadeleri veya maliyet olarak TL değeri.

Girdi/Çıktı Analizi -Input-Output Analysis-: Belirli bir büyüklükteki üretimi gerçekleştirmek gayesiyle bir işletmenin, sektörün veya toplam ekonominin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin miktarı ile hedeflediği üretim miktarı arasındaki karşılıklı ilişkilerin analizi.

Girdilerden Faydalanma Oranı -Input-use ratio: İşletmenin üretim sürecinde, kullanılabilir kaynakları/potansiyel gücü ile üretim sürecinde kullanılan kaynakları/gücü arasında yapılan bir karşılaştırma ölçütü.
/ Gerçek girdi (tüketilen kaynaklar)

Girişim Payı: Bir işçi tarafından çalıştırılan iki veya daha çok makinede (veya süreçlerde) aynı anda oluşan duruşlar yüzünden kaçınılmaz olarak kaybedilen üretim süresi için ayrılan pay. Takım çalışmalarında da benzer durumlar görülmektedir.

Girişim Süresi: İşçinin başka bir makinede (veya süreçte) çalışıyor olması sebebiyle, makinenin (veya sürecin) hizmete alınmayı bekleme süresi. Benzer durumlar takım çalışmalarında da görülmektedir.

Girişim: Girişimcinin özel varlığından yer, unvan, sermaye, muhasebe ve organizasyon olarak ayrı bir bütün olan ve başkalarının ihtiyaçlarının karşılanması için devamlı üretim faaliyetlerinde bulunan bir ekonomik birimdir.

Girişimci: Üretim için dördüncü bir üretim faktör olarak, doğal kaynaklar, sermaye ve emek faktörlerini birleştiren, hayata geçiren ve bir işletmeyi kurma ve işletme riskini üstlenen kişi olarak mal ve hizmet üretir ve veya pazarlar.. **Girişimci.** Emek, sermaye ve doğal kaynakları bir araya getirerek üretim sürecini bir üretim faktörü olarak tasarlayan, organize eden ve onun tüm riskini üstlenen kişidir. İng.: entrepreneur. **Müteşebbis;** bir üretim faktörü olarak diğer üretim faktörlerini ahenkli bir şekilde bir araya getirerek belirli bir mal veya hizmeti üretmek veya sadece pazarlamak için kendi parasını veya başkalarından topladığı parayı diğer üretim faktörlerine yatırıp böylece kâr veya zarar ihtimalini göz önüne alan kişilere müteşebbis-girişimci-denir. Diğer bir tanımla **müteşebbis;** temelde kâr elde etmek olarak değişik gayelerle, gerekli riskleri göze alarak diğer üç üretim faktörü olan emek, sermaye ve teknoloji faktörlerini ahenkli bir şekilde bir araya getirerek mal veya hizmet üretmek veya sadece pazarlamak için gerekli ortama hazırlayan kişidir. Başka bir tanımla ise **müteşebbis,** ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, uyumlu bir şekilde bir araya getiren, kâr gayesi güden ve girişimlerinin sonucu doğabilecek risklere katlanan kişidir.

Girişimcilik -entrepreneursuip-: Üretim faktörlerini bir araya getirerek, ekonomik mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir. İktisatta girişimci, sürekli olarak piyasaları gözleyip, talep açıklarını yakalayan, yeni talepler oluşturan, talepteki değişimleri zamanında fark eden, kaynakları bir araya toplayarak üretim birimleri kuran, rekabetten kaçınmayan, tam tersine rekabeti varlığının temel şartlarından biri kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen atak ve üretici kişidir.

Gizli Operasyonlar Birimi - Amerikan Derin Devleti: Yaptığı kritik operasyonların hiç birini başkan'a sormayan bir birim olarak Süper NATO'nunda temelini oluşturuyor ve dolayısıyla bu birimin işlediği cinayetler, hazırladığı darbeler, yaptığı provokasyonların gerçek yüzü ortaya çıkarılamıyor. Bu konsept (kavram) NATO kapsamındaki her yerde aynı şekilde uygulanıyor.

Gizli Operasyonlar Birimi - Amerikan Derin Devleti: Yaptığı kritik operasyonların hiç birini başkan'a sormayan bir birim olarak Süper NATO'nunda temelini oluşturuyor ve dolayısıyla bu birimin işlediği cinayetler, hazırladığı darbeler, yaptığı provokasyonların gerçek yüzü ortaya çıkarılamıyor. Bu konsept (kavram) NATO kapsamındaki her yerde aynı şekilde uygulanıyor.

Global (Küresel-Uluslararası-Beynelmile) Pazarlama: Global müşteri ihtiyaçlarını anlayıp, belirleyip bu ihtiyaçları rakiplerden daha iyi bir şekilde tatmin etmek için tüm pazarlama faaliyetleri arasında koordinasyon sağlayarak elde edilen bilgiyi faaliyette bulunduğu ülkelere uyarlayarak rekabet üstünlüğü sağlamaktır. Diğer bir anlatımla **global pazarlama;** bir işletmenin dünyadaki müşterilerin ne istediklerini anlayıp, bulup, bu istekleri hem kendi ülkesindeki rakiplerden hem de yabancı rakiplerinden daha iyi tatmin etme için girişilen işletme faaliyetleridir.

Global Market: Dünya Marketi.

Global pazarlama; global müşteri ihtiyaçlarını anlayıp, belirleyip bu ihtiyaçları rakiplerden daha iyi bir şekilde tatmin etmek için tüm pazarlama faaliyetleri arasında koordinasyon sağlayarak elde edilen bilgiyi faaliyette bulunduğu ülkelere uyarlayarak rekabet üstünlüğü sağlamaktır. Diğer bir anlatımla **global pazarlama;** bir işletmenin dünyadaki müşterilerin ne istediklerini anlayıp, bulup, bu istekleri hem kendi ülkesindeki rakiplerden hem de yabancı rakiplerinden daha iyi tatmin etme için girişilen işletme faaliyetleridir.

Global sorumluluk; dünya ölçeğinde bilhassa; sulh, güvenlik, iklim, enerji, ekonomi, kültür ve diyalog alanlarında her kişi ve organizasyonun üzerine düşen görevleri yerine getirmesini ifade eder. Global meselelerde sivil toplum organizasyonlarının önem ve sorumluluğu çok büyüktür. Kurum içi sosyal mesuliyet ile işletmenin karlılığı ve verimliliği arasında iki yönlü bir ilişki mevcuttur. Kurum dışı mesuliyet yani topluma, devlete ve tabi çevreye karşı mesuliyet ise kurum gayesi ile daha fazla çatışır. Burada kuruluşun asıl gayesi ile çatışsa da sosyal mesuliyet ahlâkı iş ahlâkının önemli ve ayrılmaz bir parçasıdır.

Globalisation -Globalleşme, Küreselleşme-: Tüm ekonomik ve sosyo-kültürel yapıların, dünya yönelimli tasarlanıp uygulanması olarak tanımlanabilir. İşletmecilik açısından küreselleşme, herhangi bir ekonomik faaliyetin (üretim, pazarlama, Ar-Ge, teknoloji, finans ve personel kaynaklarının) lokal –mahallî- özelliklere bakılmaksızın dünya yönelimli planlanması ve uygulanmasıdır.

Global-Küresel

Global-küresel

Globalleşme; malların, hizmetlerin, fikirlerin, sermayenin, teknolojinin, bilginin, kültürün ve kişilerin hızlı ve sürekli bir şekilde sınır ötesine akışı olarak tanımlanabilir. Diğer bir tarifte **globalleşme;** ekonomik, sosyal, teknolojik, kültürel, siyasi ve ekolojik denge açılarından global bütünleşmenin (entegrasyon) ve dayanışmanın artmasını, dünya yönelimli tasarlanıp uygulanmasını ifade eder.

Glodya: (Kısa Kılıç), II. Dünya Savaşı sonrası Batı Avrupa'da gelecekte olması beklenen bir Varşova Paketi işgaline cephe gerisinde bir direniş başlatmak gayesiyle İtalya'da NATO tarafından gizli olarak organize edilen kontrgerilla (stay-behind) operasyonunun kod ismidir. Gladyo, özel olarak NATO cephe gerisi direniş organizasyonunun İtalyan kolunu belirtse de bazen "Gladyo operasyonu" NATO'nun bütün cephe gerisi (stay-behind) operasyonlarının gayri resmi ismi olarak kullanılır ve bazen "Süper NATO" ismiyle ifade edilir.

Glokal Pazarlama: Global pazarların rekabetinden çekilerek varlığını sürdürebilmek için yerel pazarlara yönelmek ve o pazarın tüketim kalıplarını belirleyip o pazara uygun ürün geliştirip pazarlama faaliyetlerini sürdürmesi ve global ile lokal arası olarak, globalleşirken yerel değerlerini kaybetmeme ve koruma durumudur.

Gnatt Sistemi (ücret) -Gnatt System (Wage)-: Taylor sisteminin sakıncalarını gidermek gayesiyle geliştirilen Gnatt sistemi, hem belirli bir zamanda elde edilmesi gereken standart üretim miktarını, hem de işçilere normal düzeyde verilecek ücreti tespit eder. Gnatt sisteminde belirlenen "standart üretim miktarı", oldukça yüksek düzeyde tutulur. Eğer işçi, bu yüksek düzeyde saptanmış standart üretim düzeyine erişirse, garanti edilmiş normal ücretinin % 20-80'i arasında bir prime hak kazanır. Eğer yaptığı çalışmayla belirlenen bu düzeye erişemezse, normal ücreti işçiye ödenir.

Göçmenistan=ABD

Göçmenistan=ABD

Görev Bildirgesi (Görev Tanımı) -Mission Statements-: Bir organizasyonu, benzer organizasyonlardan ayıran gayelerin, hedeflerin ortaya konulması. Görev tanımlarının içeriğini belirlemek üzere yapılan çeşitli araştırmalarda, tanımların sekiz ana noktada yoğunlaştığı görülmektedir: (1) Müşteri, (2) mal veya hizmet, (3) yer, (4) teknoloji, (5) organizasyonun hayatına ait bilgi, (6) yönetim felsefesi, (7) kendi kavramını oluşturma ve (8) kamu imajı.

Görev Kontrolü -Task Control-: Alt düzey yönetimler tarafından yapılan aylık, haftalık ve günlük iş programları çerçevesinde; kaynakların dağıtımı ve kullanımına yönelik kişisel etkinliklere kadar inen çalışmaların etken ve verimli olarak yönetilmesi ve yönlendirilmesi gayesiyle yürütülen işlem.

Görev Uzmanlaşması -Task Specialisation-: Üretim sürecinde işi bileşenlerine ayırıp, iş bölümü yapılarak, bu iş bölümü çerçevesinde gerçekleştirilecek birim iş üzerinde belli bir çalışanın uzmanlaşmasını sağlanması.

Görevlerarası Bağımlılık -Task Interdependence-: Bir üretim veya hizmet ağında, tanımlanmış ve birbirlerini tamamlayan işlerin/görevlerin, birbirlerine bağımlı fakat farklı işgörenler tarafından yapılmasıdır. Üç tür bağımlılıktan söz edilebilir: 1- **Sıralı (zincir) Görev Bağımlılığı:** yürüten bantlar, montaj sanayide yapılan işler örnek verebilir. Bir işgörenin kendi işini yapabilmesi için, kendinden önceki aşamadan sorumlu işgörenin işini yapmasına bağlanması. 2- **Karşılıklı Görev Bağımlılığı:** iki veya daha fazla sayıda işgörenin sürekli olarak birbirine bağımlı şekilde çalışmasıdır. 3-**Havuz Tipi Bağımlılık:** Bir havuzda toplanan işlerin, birkaç işgören tarafından ortaklaşa yürütülmesidir.

Grev Ertelemesi: Bakanlar Kurulu'nun "genel sağlık" veya "milli güvenlik" gerekçe göstererek grevleri 60 gün erteleyebilmesidir. Bakanlar Kurulu'nun erteleme kararları aleyhine Danıştay'da iptal davası açılabilir ve yürütmenin durdurulmasına karar verilmesi istenebilir.

Grev: İşçilerin toplu iş sözleşmesi sürecinde anlaşma sağlanamaması durumunda, toplu olarak üretimi ve yürüttükleri hizmetleri durdurma eylemidir

Grup Yerleşim Düzeni: (İş etüdü) Belli bir ürün grubunun tam olarak işlenmesi için seçilen ve aynı alana kurulan bir dizi makinenin iş akış planına göre yerleştirildiği fabrika yerleşim düzeni.

Grup Yönetimi: Organizasyon içerisinde bulunan biçimsel ve biçimsel olmayan grupları onların normları aracılığı ile organizasyonun gayelerine uyumlu bir şekilde planlama, organize etme, yöneltme, koordinasyon ve kontrol faaliyetini yerine getirmedir.

Grup; üyeleri arasında belli ilişkiler bulunan ve her üyenin grubun varlığını bilinçli olarak fark ettiği, iki veya daha çok üyeden kurulu nispeten sürekli bir insan topluluğudur. Diğer bir tanımla **grup;** faaliyetlerinde birbirini göz önünde bulunduran, aralarındaki sosyal etkileşim sebebiyle başkalarından ayırt edilen, iki veya daha çok kişiden meydana gelen topluluktur. **Grup-Group-:** **Grup,** üyeleri arasında belli ilişkiler bulunan ve her üyenin grubun varlığını bilinçli olarak fark ettiği iki veya daha çok üyeden kurulu nispeten sürekli bir insan topluluğudur. **Grup,** belirli bir yapılanma içerisinde bulunan, ortak gayeler doğrultusunda bu gayelere varmaya çalışan, ortak sosyal normlar, ilgiler ve değerlere göre karşılıklı roller oynayan, birbirlerini algılayıp tanıyan, etkileşimde bulunan ve aralarında karşılıklı bağlılık bulunan kişilerin oluşturduğu topluluktur. Gruplarda kişilerin sahip oldukları birtakım fiziki ve sosyal özelliklere sahip, meseleleri, dengesizlikleri olabilen topluluklardır. Gruplar, üyeler, liderler, kurallar ve rol ilişkileri açısından oluşan ve belli bir gayeye yönelmiş, yönlendirilmiş yapılardır. Gruplar, kişiler gibi, yapıcı ve birleştirici niteliklere sahip olup sosyal düzen içerisinde faaliyette bulunur, büyümek, gelişmek isterler ve dağılıma karşı koyarlar. Ekip ve takımlar grubun birer alt oluşumlarıdır.

GSYİH; bir ülkenin sınırları içerisinde hem o ülkenin vatandaşları hem de yabancılar tarafından elde edilen geliri, **GSMH** ise bir ülkenin vatandaşları tarafından o ülkenin sınırları içerisinde ve sınırları dışında elde edilen geliri ifade eder.

Güç; bir kişinin veya organizasyonun diğer kişi veya kişilere bir şeyi yaptırabilme yeteneğine sahip olmasıdır. Diğer bir ifade ile **güç;** bir şeyi yapabilme, diğer kişilere düşüncesini kabul ettirme yeteneği yani diğer kişilerin davranışlarını etkilemede kişinin sahip olduğu yeteneklerdir. Burada güç; kanuni, fiziki ve ekonomik olabilmektedir. Organizasyonda yetki görev ve mevki olarak elde edildikten sonra yetkili kişi diğerleri üzerinde güç sağlamış olur. **Güç,** bir şeyi yapabilme yeteneği yani diğer kişilerin davranışlarını etkilemede kişinin sahip olduğu yeteneklerdir. **Güç,** bir kişinin başkalarına kendi düşüncesini kabul ettirme faaliyetidir. **Güç,** başkalarını etkileyebilme yeteneğidir. Başka bir ifade ile **güç,** bir kimsenin başkalarını, kendi istediği yönde davranışa sevk edebilme yeteneğidir. Dolayısıyla **güç,** ilişkisel bir kavram olarak kişinin gücü ancak başkaları ile ilişki kurduğu zaman anlaşılır. Eğer kişi, başkalarını kendi belirlediği yönde davranmaya sevk edebiliyorsa, o zaman güçlüdür denilebilir. Güç alanı kişinin etkileyebildiği ilişkilerin toplamını belirler. Güç konusu ise, kişinin başkalarını hangi konularda etkilediğini ifade eder. Güç kaynakları ise, kişinin başkalarını etkileyebilmek için hangi kaynaklardan faydalandığını açıklar. Güç ve yetki kavramları birbiri içine iyice girmiş ve ayırım yapılması zorlaşmıştır. Güç ve yetki kavramları birbiri içine iyice girmiş ve ayırım yapılması zorlaşmıştır. Yetki-otorite-, organizasyonda bir görev ve mevki ile yani kişisel olmayan bir bilhassa ilgili iken güç ise daha çok bir yeteneği ifade eder ve kişiseldir. Başarılı yönetici, yetki –otorite- ile gücü astları üzerinde birbirine eşit ağırlıkta uygular. Kaynakları yönünden genelde altı tip güçten söz edilir: Kaynakları yönünden genelde altı tip güçten söz edilir: 1. Biçimsel-Kanuni güç, 2. Ödüllendirme gücü, 3. Zorlayıcı -Korkutma gücü, 4. Uzmanlık gücü, 5. Beğeniye yani karizmaya dayanan güç, **1.Kanuni Güç:** Biçimsel güç olarak da ifade edilen kanuni gücün kaynağı, izleyicileri liderin veya yöneticinin kendi davranışlarını etkileme hakkına sahip olduğunu kabul etmeleri ile ilgilidir. Kanuni güç aslında otoriteyi ifade etmektedir. Burada astların, üst kademelerden gelen isteklere uymaya kendilerini mecbur hissetmeleri söz konusudur. **2. Ödüllendirme:** Eğer yönetici veya lider başkalarını ödüllendirebiliyorsa ödüllendirme kaynaklarına sahipse, bunu bir güç aracı olarak kullanabilir. **3. Zorlayıcı Güç:** Zorlayıcı güç korkuya dayanır ve grup üyelerini korkutan her şey bir güç kaynağıdır. Yöneticinin gerçekten cezalandırma imkânına sahip olması kadar, personelin onu bu şekilde algılaması da önemlidir. Ceza vermek bir zorlayıcı güç kaynağıdır. **4.Uzmanlık Gücü:** Bu güç kaynağı lider veya yöneticinin sahip olduğu bilgi ve tecrübe ile ilgilidir. Burada yine astların (izleyicilerin) algısı önemlidir. **5. Beğeniye Yani Karizmaya Dayanan Güç:** Bu güç kaynağı doğrudan yöneticinin veya liderin kişiliği ile ilgilidir. Önderin kişiliğinin izleyicilere ilham verebilmesi, onların arzu ve ümitlerini dile getirebilmesi bu kaynağın temelidir. Bilindiği üzere karizma çekiciliği ifade etmektedir. Yönetici veya liderin astlar için çekici olması, astları lidere benzetmeye itecektir. Bu da onları, lider tarafından daha kolaylıkla etkilenir hale getirecektir. **Yetki (otorite);** başkalarını yönetme, onlardan bir şeyi yapmalarını isteme ve karşılığında itaat bekleme hakkıdır. Diğer bir ifade ile **yetki (otorite),** başkalarını gayelere doğru yönlendirmek ve onlara iş yaptırabilmek için yöneticinin elinde bulundurduğu bir haktır. **Yetki,** organizasyon açısından yönetim makamlarına verilmiş bir haktır. Güç ve yetki kavramları birbiri içine iyice girmiş ve ayırım yapılması zorlaşmıştır. Yetki-otorite-, organizasyonda bir görev ve mevki ile ilgili iken güç ise daha çok bir yeteneği ifade eder. Yetkinin kaynakları konusunda; kanuni-biçimsel, fonksiyonel-bilgiye dayalı ve kabul edilme gibi, değişik sınıflandırmalar vardır. İşletme ve işletme yönetimi konularında daha çok kanuni yetkiden söz edilecek. **Kanuni yetki,** bulunulan kanuni pozisyonundan doğan yetkidir. Genel müdürlük, rektörlük, şube müdürlüğü, Başbakanlık kanuni yetkiye sahip yönetim pozisyonlarıdır. Yetkinin üç temel özelliği vardır: 1, Yetki bir haktır, 2. Bu hakkın kullanımı karar vermeyi ve harekete geçmeyi gerektirir. 3. Yetki organizasyona ait gayelerin başarılması için kullanılır.

Güç-Alan Analizi -Power Field Analysis:- İşletmede harcanacak çabayı ve karışıklığı en aza indirerek, değiştirilmesi gereken bir durumun analizi için kullanılan bir araç.

Güçlendirme -Empowerment:- Personelin daha geniş görüşlü ve kabiliyetli olması gayesiyle işletmeler tarafından uygulanan bir teknik. İşletmelerde değişimin sağlanabilmesi için personelin yetenekleri artırılmalı, mesele çözme becerileri kazandırılmalıdır. Bu tür bir güçlendirme çalışması daha geniş bir talebi karşılamaya yönelik olmaktadır.

Güçlük-Zorluk

Güçlük-zorluk

Güdü: Davranışı gayeye doğru harekete geçiren, yönelten güçtür. **Motivasyon:** Kişilerin belirli bir gayesi gerçekleştirmek üzere davranışları ve bu gaye için sahip oldukları bilgi, yetenek ve enerjiyi tam olarak işe koymaları şeklinde ifade edilebilir. Motivasyon; işletme personelinin işletme gayeleri doğrultusunda istekli olarak çalışmalarının sağlanması demektir. Motivasyon; motive etmek, isteklendirmek ve hareketlendirmektir. Motivasyon, bir insanı, bir hedefle bağlantılı olarak, belli şekillerde davranmaya-düşünmeye sevk eden durum veya süreç

Güdülenme: Kişinin ihtiyacını tatmin etmek için, güdüler aracılığıyla davranışta bulunmasıdır.

Gümrük Birliği Eşyası: a. Tümüyle Gümrük Birliği bölgesi içinde üretilen veya elde edilen ve Gümrük Birliği Gümrük Bölgesini oluşturmayan ülkelerden veya topraklardan ithal edilmiş eşya ihtiva etmeyen eşya. **b.** Gümrük Birliği gümrük bölgesini oluşturmayan ülkelerden veya topraklardan ithal edilip, serbest dolaşıma giren eşya

Gümrük Birliği: Belli ülkelerin, gümrük konusunda aynı kuralları uygulamaları temeline dayanan bütünleşme. Gümrük Birliği, ülkeler arasında herhangi bir gümrük vergisi veya tarifesi olmadan ticaret yapılması, üçüncü ülkelerden yapılan ithalatlara ortak bir dış tarife uygulanması ve ortak ticaret politikalarının uygulanması demektir. Mevcut Gümrük Birliği anlaşması aynı zamanda Türkiye ve AB Üye Devletleri arasındaki güçlü ve büyüyen Ticaret ve Yabancı Doğrudan Yatırım ilişkilerini de desteklemekte ve kolaylaştırmaktadır. 1995 senesinde, geçiş döneminin tamamlanmasından sonra, Gümrük Birliği Kararı kabul edilerek Türkiye, AB sanayi mallarına uygulanan gümrük vergilerini kaldırdı. Karar 1 Ocak 1996'da yürürlüğe girdi.

Gümrük Birliği: İki veya daha çok gümrük ülkesinin yerini alan tek bir gümrük ülkesidir. (Bu birliğe giren ülkeler arasında mal değişiminin tümünde veya bir bölümünde gümrük vergisi, yasak ve kısıntılar kalkar; birliğe üye olmayan ülkelere gelecek mallara tüm üye ülkelerce eşit vergi yani tek bir ortak bildirmelik uygulanır.) Yani iki veya daha çok devlet arasında bağitlanan ve alınacak vergilerle tecimsel sınırlamaları kapsayan ve birlikle ilişkisi olmayan diğer devletlere karşı alınacak önleyici sebep ve dayanakları açıklayan anlaşma. Üyeler arasındaki ticarete engellerin kaldırılarak üçüncü ülkelere karşı ortak bir ticaret politikasının uygulandığı, iktisadi bütünleşme aşamalarından biri. krş. Tercihli ticaret anlaşması, iktisadi birlik, serbest ticaret bölgesi, ortak Pazar. T. : gümrük ittihadı İng.: customs union Fr.: union douanière

Gümrük Denetimi: Gümrük mevzuatına ve gereken hallerde gümrük gözetimi altındaki eşyaya uygulanacak diğer hükümlere uyulmasını sağlamak üzere eşyanın muayenesini, belgelerin varlığının ve gerçekliğinin kanıtlanmasını, işletme hesaplarının, defterlerinin ve diğer yazılı belgelerinin tetkikini, nakil araçlarının kontrolünü, idari araştırmalar ve benzeri diğer işlemlerin yapılması gibi, özel işlemlerin yerine getirilmesini kapsar.

Gümrük Gözetimi: Gümrük mevzuatına ve gereken hallerde gümrük gözetimi altındaki eşyaya uygulanacak diğer hükümlere uyulmasını sağlamak üzere gümrük idareleri tarafından genel olarak uygulanan işlemleri kapsar.

Gümrük Hattı: Bir ülkenin siyasal sınırları aynı zamanda gümrük hattını da oluşturmaktadır. Ülkenin denizlerle çevrili bölgesinde bu sınır sahillerden başlamaktadır.

Gümrük Rejimi: Gümrükteki uygulamaların kanuni düzenlemelerle gümrüğe bağlanması, diğer bir ifadeyle kanunla belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde yapılacak işlemler için tespit edilen kurallar toplamıdır.

Gümrük Vergisi: Mal ve eşyanın bir ülke sınırından geçişi (ithal, ihraç ve transit) anında miktar veya değer üzerinden alınan vergilere gümrük vergisi denilmektedir. **Gümrük vergisi.** Belli bir malın gümrük sınırını geçişinde ödenen vergi ve harçlardır.

Gümrük Yolu: Türkiye Gümrük Bölgesinin giriş noktalarındaki gümrük kapıları ile bu bölgenin içinde yer alan gümrük kapıları arasında izlenmesi zorunlu olan yollardır.

Gümrük: 1. Eşya ve kişilerin ülke sınırlarından giriş ve çıkışlarında denetimlerinin yapıldığı ve vergilerin tahakkuk ettirildiği kamu kuruluşu. 2. Bir ülkeden çıkan, düz geçen veya o ülkeye giren mallardan alınan vergi.

Güneş Pilleri: ile elektrik enerjisi elde edilmesini sağlayan "fotovoltaik sistem" ile Türkiye'nin enerji açığının kapatılabileceği, tüketicilerin de evlerinin çatılarına kurabilecekleri ve iki senede kendini amorti eden donanım sayesinde kişisel olarak kâr elde edebilecekleri bildirildi. Güneş enerjisi ve fotovoltaik enerji yönünde önemli bir potansiyele sahip Türkiye'nin, gerekli yatırımlar yapılmadığı için senede 28,6 milyar kilovat güneş enerjisini kullanmadığı belirtildi. Greenpeace Akdeniz Enerji Kampanyası Sorumlusu Hilal Atıcı, tüketicilerin çatılarına güneş sistemleri kurup, ana dağıtım şebekesi hizmeti sunan kuruma satmalarını sağlayan teminat politikasının 41 ülkede uygulandığını, İspanya'da kanuni düzenlemelerde zorlayıcı hükümler bulunduğunu, ancak bu sistemin henüz Türkiye'ye getirilemediğini vurguladı.

Güneş Sisteminin Tavafı: Dünyadaki manyetik alanın demirin çarpmasıyla olduğunu bildiren Yakut, bu sayede insanların yönünü bulduğunu aktardı. /**KARA DELİK, İÇİNE GİRENLERİ BAŞKA BİR ÂLEME AKTARIYOR** /Güneşin çekim gücüyle Sedna gezegenini kendine bağladığını söyleyen Kemal Yakut, "Kara delikler ise güneşten 2 milyon kat daha fazla çekim gücüne sahip. Peki, bu kara delik her şeyi içine çekiyor, yutuyor mu? Yutuyor ve başka bir âleme aktarıyor. Hakkında hiçbir deney yok. Çünkü ona girenin bu âlemde işi bitiyor, başka bir âleme aktarılıyor." şeklinde konuştu. Kara delikten üfürüldüğünde kıyametin kopacağını iddia eden Yakut, "Güneş sisteminin kara deliğe en yakın geçiş tarihini veriyorum; 21 Aralık 2012. Güneş sistemi bu tavaf hareketini 21 bin 516 senede bir tamamlıyor. Bu tarihte 21 Aralık'ta doluyor." ifadesini kullandı. Bu olayı çok öncelerden Mayaların bildiğini anlatan Prof. Dr. Yakut, onlara Zülkarneyn Peygamberin öğrettiğini vurguladı. Yakut ayrıca Mayaların yaklaşık 22 bin senede bir güneşin bir doğudan bir de batıdan doğduğunu tesbit ettiklerini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: "Şu anda doğudan doğuyor. Bundan sonraki süreçte göreceksiniz yoğun bir şekilde depremler olacak. Dünya çapında yanardağ patlamaları olacak. Çünkü dünyanın merkezindeki demir emiliyor. Bu da dünyanın çekim alanına girdiğini gösterir." Bu demir emilimi dolayısıyla dünyanın ekseninin kaymış durumda olduğu bilgisini veren Yakut, bu olay sebebi ile artık kutupsal bölgelerde yön bulunamaz duruma gelineceğini söyledi. Bu yüzden Sibiry'a da birkaç tane havalimanı kapatıldığını da ekleyen Yakut, "Dünya'daki tüm manyetik elementler bilhassa demir içeren tüm varlıklar hızla çekilmektedir. Yani manyetik kutup değişimi başlamış ve Dünya'nın manyetik eksenini Alaska'dan Sibiry'a'ya kadar kaymış bulunmaktadır. Toplu kuş, balık, yarasa ölümleri GPS ile ilgilidir. Çünkü hayvanlar yanlış koordinata gittikleri için ölüyorlar." şeklinde bilgi verdi.

Gürültü -Noise-: Arzu edilmeyen ve çoğunlukla yapay olarak meydana gelen, aşırılığı çeşitli sağlık ve verimlilik meselelerine yol açan rahatsız edici sesler.

Gütme-Takip

Gütme-takip

Gütme-takip

H

Haberleşme: Bir bilgi verme ve bilgi alma sürecidir. **İletişim;** mesaj gönderici ve mesajı alan olmak üzere üç önemli unsuru olan ve bilgi, tecrübe, duygu, görüntü veya sesin iletilmesi ve işlenmesi sürecidir. **İletişim;** tutum, bilgi, düşünce, duygu ve davranışların kaynaktan hedefe doğru aktarılmasıdır. Organizasyonlarda; çalışanlar arası beşeri ilişkilerin düzenlenmesinde, iletişim önemli bir süreç olarak karşımıza çıkar. Zaten organizasyon içi iletişimin temel hedefi organizasyon ile çalışanlar arasında karşılıklı bir güven ortamı oluşturmak, ihtiyaç olan konularda bilgi

verme ve bilgi almayı sağlamaktır. Bu anlamda iletişim karşılıklı bilgi değişimi olarak tanımlanır. **Enformasyon-İletişim Teknolojileri Information-Communication Technologies:** Enformasyonun toplanması, işlenmesi ve depolanmasında, ağlar aracılığı ile bir yerden bir yere transfer edilmesinde ve kullanıcıların hizmetine sunulmasında faydalanılan iletişim ve bilgisayar teknolojilerini kapsayan bütün teknolojiler. Günümüzde EİT'lerinin en önemli özelliği teknolojik yeteneklerin sürekli aratarak, maliyetlerin sürekli gerilemesidir. **Kurumsal İletişim Organisationl Communication:** Kurumun gaye ve hedeflerine ulaşması, işleyişini sağlaması için gereken üretim ve yönetim süreci içinde, kurumu oluşturan bölüm ve unsurlar arasında koordinasyonu, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, eğitimi, karar almayı ve kontrolü sağlamak gayesiyle belli kurallar içinde gerçekleşen iletişim sürecidir.

Haberleşme-Muhabere

Hacet: İhtiyaç

Hacet-İhtiyaç

Hafiye: (a.s.ve i.) 1-Gizli. 2-Saklı ve gizli şeyleri araştıran, casus. 3-Polis.

Hafiye: Saklı ve gizli şeyleri araştıran casus kişi.

Hal Tercümesi-Özgeçmiş-CV=Curriculum Vitae

Halk bilimi; bir ülkede veya bölgede yaşayan halkın kültür ürünlerini, sözlü edebiyatını, örf ve adetlerini, inançlarını, mutfağını, müziğini, oyunlarını, halk hekimliğini inceleyerek bunların birbirleriyle ilişkilerini belirten, kaynak, gelişme, yayılma, değişim, etkileşim vb. meselelerini çözmeye, sonuç, kural, teori ve kanunları bulmaya çalışan bilim dalıdır.

Halka Arz: Şirketlerin kaynak ihtiyacını karşılamak gayesiyle özkaynak yoluyla senet ihraç ederek (fonlama) kaynak sağlamasıdır.

Halkla İlişkiler İşlevi: Organizasyonla çevresi arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı ve işbirliğini sağlayıp ve bunun işletme lehine olarak sürdürmeye yardımcı olan işletme işlevidir. Halkla ilişkiler işlevi; işletme ile halk arasında iyi bir ilişki kurmak ve bu ilişkiyi işletme lehine yönetmektir.

Halkla İlişkiler İşlevi: Organizasyonla çevresi arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı ve işbirliğini sağlayıp ve bunun işletme lehine olarak sürdürmeye yardımcı olan işletme işlevidir. Halkla ilişkiler işlevi; işletme ile halk arasında iyi bir ilişki kurmak ve bu ilişkiyi işletme lehine yönetmektir.

Halkla İlişkiler -Public Relations-: İşletmelerin halkla doğru ve sağlıklı ilişkiler kurup geliştirmesi, halkta işletme konusunda olumlu izlenimler oluşturmaları, halkı işletmeye karşı olumlu düşünce ve davranışlara yöneltmesi, halkla karşılıklı menfaatlere dayalı ilişkiler kurup sürdürmesi yolundaki planlı çalışmalarıdır. Burada **halk**, işletmeden etkilenen, aynı zamanda davranışlarıyla işletmeyi etkileyebilen geniş insan gruplarını ifade eder. Halkla ilişkiler işlevi; organizasyonla çevresi arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı ve işbirliğini sağlayıp ve bunun işletme lehine olarak sürdürmeye yardımcı olan işletme işlevidir. Günümüzde işletmelerin varlıklarının devamı halk desteğine bağlıdır. Gaysi halkı aydınlatmak, işletmeye saygınlık kazandırmak, işletme lehinde halkta olumlu imaj oluşturmak olan halkla ilişkiler Amerika Birleşik Devletlerinden dünyaya yayılmış bir konudur. Halkla ilişkiler işlevinin ortaya çıkmasında etkili olan en önemli sebep tüm işletmelerin ve diğer kuruluşların kuruluş ve faaliyet gayelerini topluma yeteri kadar açıklayabilme arzularıdır. "Halkla İlişkiler" terimi İngilizce "Puplic Relations" ifadesinin karşılığıdır. Buradaki halk günlük dilde konuşulan halk kelimesi ile aynı anlama gelmemektedir. Buradaki **halk**, işletmeden etkilenen, aynı zamanda davranışlarıyla işletmeyi etkileyebilen geniş insan gruplarını ifade eder.

Halkla ilişkiler; işletmelerin halkla doğru ve sağlıklı ilişkiler kurup geliştirmesi, halkta işletme hakkında olumlu izlenimler oluşturmaları, halkı işletmeye karşı olumlu düşünce ve davranışlara yöneltmesi ve halkla karşılıklı menfaatlere dayalı ilişkiler kurup sürdürmesi yolundaki planlı çalışmalarıdır.

Halsey Sistemi (ücret) -Halsey System-: Verimlilik ögesine dayanan ücretlendirme sistemi. Sistem, belirli bir işin görülmesi için standart bir zaman saptar ve işçi işi saptanan bu standart zaman içerisinde tamamlamalıdır. Eğer iş, belirlenen zamandan daha az bir zaman içinde görülmüş ise, işçi söz konusu iş için tespit ücreti alır ve aynı zamanda tasarruf ettiği zamanın yüzdesine göre hesaplanmış bir prime hak kazanır. Halsey sisteminde prim, normal olarak ödenen ücret miktarı üzerinden tasarruf edilen zamanın üçte birine kadar yükseltilir.

Hammadde -Raw Materials-: İşletmenin üretim konusu olan ürünün yapısına giren ve o ürünün esasını oluşturan tüm girdi maddeleri. Bazı ürünlerde hammadde olarak tek bir ürün kullanılabilir gibi, (mobilya üretiminde ağaç, elbise üretiminde kumaş, ayakkabı üretiminde deri), bazı ürünlerde birden çok hammadde kullanılabilir. Hammaddenin işlenmiş veya işlenmemiş ürün oluşu önemli değildir; bir işletmenin hammaddesi olan bir ürün, diğer bir işletmenin ürünü olabilir.

Hammadde Verimliliği: Ana çıktı miktarının temel girdi olarak belirlenen hammaddeye oranlanmasıyla bulunan göstergeler. Üretim sürecinde kullanılan kaynakların görece önemleri, işletmenin şekline, bulunduğu ülkeye, her çeşit kaynağın masrafına ve elde edilmesine, ürünün ve sürecin tipine göre değişimler gösterir. Son ürünün maliyetinin % 60 veya daha fazlasını hammadde maliyetinin oluşturduğu pek çok endüstri dalı vardır, kalan % 40, işçilik ve durağan (sabit) masraflar arasında bölünür. Malzeme ve hammadde verimliliği birçok işletme ve ülke açısından hayati önem taşımaktadır

Hane Halkı: Aralarında akrabalık bağı bulunsun veya bulunmasın, aynı konut da veya aynı konutun bir kısmında yaşayan, aynı kazandıran kazandıran yemek yiyen, kazanç ve masraflarını ayırmayan ve hane halkı hizmet ve yönetimine iştirak eden, bir veya birden fazla kişinin teşkil ettiği topluluktur"

Harcama: Bir mal veya hizmet satın almak için paranın elden çıkarılması, gelirin kullanılmasıdır. Harcama bir gider olarak; bir iktisadi karar biriminin mal ve hizmet üretmek veya tüketmek için harcadığı paranın tümü şeklinde ifade edilir. Bir ekonomideki toplam harcamalar toplam gelirlere ve toplam üretime eşittir. Üretim piyasaya sunularak gelir elde edilir, gelir harcanarak mal ve hizmetler satın alınır. Bu eşitlik sebebiyle GSMH değerine üretimin, gelirin ve harcamanın toplamıyla ulaşmak mümkündür. Harcama: Bir mal veya hizmet satın almak için paranın elden çıkarılması, gelirin kullanılmasıdır. Harcama bir gider olarak; bir iktisadi karar biriminin mal ve hizmet üretmek veya tüketmek için harcadığı paranın tümü şeklinde ifade edilir. Bir ekonomideki toplam harcamalar toplam gelirlere ve toplam üretime eşittir. Üretim piyasaya sunularak gelir elde edilir, gelir harcanarak mal ve hizmetler satın alınır. Bu eşitlik sebebiyle GSMH değerine üretimin, gelirin ve harcamanın toplamıyla ulaşmak mümkündür

Harcama-Sarf etme

Hard-Sell Pazarlama: Müşterilere yakın duran, müşteriyi yakın markaja alan ve onlarla yakından ilgilenmeyi öngören bir pazarlama anlayışı olarak; yeni müşteriler için çekici fiyatlama ve ilginç olan propaganda usullerinin izlendiği ve satışa yönelik çabaların ön plana çıktığı, ticari ve topluma dair ahlak kurallarının geride bırakıldığı bir pazarlama anlayışıdır.

Hareket Etüdü -Motion Study: Frank Gilbreth tarafından ortaya atılan “hareket etüdü” kavramı “metot etüdü” ile aynı anlamı kapsamakta ve bugün yaygın olarak “metot etüdü” kavramı kullanılmaktadır. Ancak, Amerikan Makine Mühendisleri Derneği tarafından yayınlanan Sanayi Mühendisliği Terimleri adlı yayında, metot etüdü ve hareket etüdü terimleri için ayrı tanımlar verilmektedir. Hareket etüdü tanımı bu yayında, “bir işyerindeki el ve göz hareketlerinin etüdü” için kullanılmaktadır. Bununla birlikte, hareket etüdü terimi Amerikan literatüründe de “metot etüdü” terimi ile aynı anlamı taşımaktadır.

Harici-Dışarıda

Hariç-Dış

Harikulade: Fevkalâde, eşi ve benzeri olmayan, görülmedik derecede, olağanüstü. 2-ün. Çok güzel, mükemmel. 3-Son derece öneme sahip olan.

Harikulade: Fevkalâde, eşi ve benzeri olmayan, görülmedik derecede, olağanüstü. 2-ün. Çok güzel, mükemmel. 3-Son derece öneme sahip olan.

Harikulade-Fevkalade

HAS: Dirlık toprağın en üst dilimini oluşturan topraktır. Bu toprağın senelik vergi gelirleri 100.000 Akçeden çoktur. Osmanlı padişahlarına, şehzadelere, Divan-ı Hümayun üyelerine, Beyler-beylerine ve Sancakbeylerine ayrılan merkezde ya da merkeze yakın yerlerde seçilmiş topraklardır.

Hat Analizi: (İş etüdü) Üretim akış analizinin bir bölümü olarak fabrika hatlarını düzenlemek gayesiyle, bir makine grubunun en iyi şekilde yerleştirilmesi için makineler arasındaki malzeme akışını inceleyen teknik.

Hat Yerleştirme Düzeni: (İş etüdü) Fabrika hat yerleştirme düzenlemelerinden birisidir. Bir hat boyunca akan malzemenin işlenmesinde gerekli olan makinelerin, o hat boyunca sırayla yerleştirildiği bir yerleşim düzenidir.

Hata Ağacı -Fault Tree-: Bir işletmede; takım, grup veya kalite kontrol çemberleri aracılığıyla, işletmede var olan meselelerin sebeplerinin bulunması, karmaşık bir sistemin niteliksel çözümlemesini olduğu kadar, niceliksel çözümlemesinin de yerine getirilmesi gayesiyle kullanılan etkin yöntemlerden birisidir. Sistemin oluşumunun anlaşılması, güvenilirliğinin artırılması rolünü üstlenen Hata Ağacı yöntemi, meselenin saptanması, ana sebeplerinin belirlenmesi, kaynağına inilmesi ve meselenin kaynağını yok edecek çözümlerin belirlenmesi adımlarından oluşur. Genellikle kalite kontrol çemberleri sürecinde kullanılır.

Hatırlatıcı Reklâm (Reminder advertisements): Bir ürünle ilgili olarak önceden verilen bilgileri ve eğitimleri pekiştirme yoluyla hatırlatma ve isimleri zihinlere yerleştirme çabasıdır.

Hayal Mühendisliği -Dream Engineering-: Geleceğin belirsizliklerini öngörebilme temeline oturmuş, her zaman ulaşılabilenden daha fazlasını kapsayan, özgün ve yalın fikir üretme şekli. Daha çok, “sebep olmasın?” sorusu ile daha fazlasına cevap verilmesini karşılar.

Hazır tüketmeye çok alışan günümüz insanı, peynir dilimlenmiş, patates soyulmuş olarak tüketiliyor. Hayatı da hazır olarak tüketilmeyi bekliyor. Hayatı, zamanı ve dünyayı hızlı tüketme anlayışından, sürdürülebilir bir tüketim anlayışına uygun her türlü tüketimin yavaşlatılması ile Sakin Şehir (Cittaslow) hayatının kurulması gerekir.

Hazine Açığı: Hazine, devletin harcama ve gelirlerinin gerçekleştiği soyut bir kasa olan kurumdur. Belli bir dönemde Hazine'nin kamusal giderlerinin finansmanı için yapılan ödemeler, toplanan kamu gelirlerini aşması durumunda Hazine açığı ortaya çıkar.

Hedef Fiyat -Target Price-: Gösterge fiyat, yönelim fiyat, tavan fiyatı niteliğindedir ve üreticilerin elde etmek istedikleri gelir seviyesini belirler. Kavram, AB Tarım Politikasına göre kurulan piyasa düzenlemelerinde kullanılmaktadır.

Hedefler; gayelere ulaşmak için gerekli olan kısa dönemli aşama durumlarını oluşturur ve daha açık ve ölçülebilir nitelik taşır. İşletmeler gayelerine ulaşmak için belirli taktikler geliştirirler.

Helal Belgesi (Helal Certificate) : İslam ülkelerinin et ithalatında talep ettikleri, hayvan kesimlerin İslami kurallara uygun olduğunu ispatlayan belgedir. Helal Belgesi, Diyanet İşleri Başkanlığı taşra teşkilatının il müftülüklerince düzenlenmektedir. Son zamanlarda Türkiye’de gıda maddelerinde helal belgesi çalışmaları yoğunlaşmış bulunmaktadır. Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Araştırmaları Derneği (GİMDES) gibi, kuruluşlar bu çalışmalarını Türkiye’de gönüllü olarak yürütmektedir.

Helal Belgesi (Helal Certificate) : İslam ülkelerinin et ithalatında talep ettikleri, hayvan kesimlerin İslami kurallara uygun olduğunu ispatlayan belgedir. Helal Belgesi, Diyanet İşleri Başkanlığı taşra teşkilatının il müftülüklerinde düzenlenmektedir. Son zamanlarda Türkiye’de gıda maddelerinde helal belgesi çalışmaları yoğunlaşmış bulunmaktadır. Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Araştırmaları Derneği (GİMDES) gibi, kuruluşlar bu çalışmaları ülkemizde gönüllü olarak yürütmektedir.

Helal Gıda Standardı. Helal ürün sektörü, helal gıda pazarı iki milyar insan ve 2 trilyon dolar değerinde bir büyüklüğe ulaşmış durumdadır.

Henry L. Gantt ve İşçi Eğitimleri: Bilimsel yönetimin öncüleri arasında yer alan H. L. Gantt, bir kaç işletmede Taylor'la birlikte çalıştı. Taylor'a kıyasla psikoloji bilgisi daha fazla olan Gantt, insan faktörüne ve işçi eğitimine Taylor'dan daha fazla önem verdi. Ustabaşlarının, işçileri teknik yönden eğitmeleri yanında, "çalışkanlık", "işbirlikçilik" vb. gibi,, “sanayi alışkanlıkları” (industrial habits) ismini verdiği özellikleri sağlamaları gereğine inandı ve kârdan çok hizmete önem vererek, bunu ısrarla savundu. H. L. Gantt, bugün uygulanan PERT (Program Evaluation and Review Techniqes)'in esasını teşkil eden, "Gantt şemaları" veya grafik tekniklerini bu senelerde geliştirdi.

Her daim-Devamlı-Sürekli

Hesap Verme: Yönetici astından hesap sorma hakkına sahip, organizasyon üyesi kişi de kendisinden yüksek kademeli yetkililere hesap vermekle yükümlüdür. Organizasyon üyesi kişinin sorumluluk duymasının yanı sıra üst yöneticilere hesap verme zorunluluğu da vardır. Yöneticini önemli görevlerinden birisi de yetki, güç, sorumluluk ve hesap verme arasında makul bir denge oluşturmaktır. Organizasyon şema veya yapısı, yönetici için bu ilişkilerin yapısal bir duruma getirilmesinde bir araç olmaktadır.

Hibrit: Melez

Hibrit-Melez

Hidrojen Enerjisi: evrenin en basit ve en çok bulunan elementi olup, renksiz, kokusuz, havadan 14.4 kez daha hafif ve tamamen zehirsiz bir gazdır. Güneş ve diğer yıldızların termonükleer tepkimeye vermiş olduğu ısının yakıtı hidrojen olup, evrenin temel enerji kaynağıdır. —252.77°C'da sıvı hale getirilebilir. Sıvı hidrojenin hacmi gaz halindeki hacminin sadece 1/700'ü kadardır. Hidrojen bilinen tüm yakıtlar içerisinde birim kütle başına en yüksek enerji içeriğine sahiptir (Üst ısıl değeri 140.9 MJ/kg, alt ısıl değeri 120,7 MJ/kg). 1 kg hidrojen 2.1 kg doğal gaz veya 2.8 kg petrolün sahip olduğu enerjiye sahiptir. Ancak birim enerji başına hacmi yüksektir. Hidrojen tabiiatta serbest halde bulunmaz, bileşikler halinde bulunur. En çok bilinen bileşiği ise sudur. Isı ve patlama enerjisi gerektiren her alanda kullanımı temiz ve kolay olan hidrojenin yakıt olarak kullanıldığı enerji sistemlerinde, atmosfere atılan ürün sadece su ve/veya su buharı olmaktadır. Hidrojen petrol yakıtlarına göre ortalama 1.33 kat daha verimli bir yakıttır. Hidrojenden enerji elde edilmesi esnasında su buharı dışında çevreyi kirletici ve sera etkisini artırıcı hiçbir gaz ve zararlı kimyasal madde üretimi söz konusu değildir. Hidrojen gazı farklı yöntemlerle elde edildiği gibi, su, güneş enerjisi veya onun türevleri olarak kabul edilen rüzgâr, dalga ve biokütle ile de üretilebilmektedir. Hidrojen enerjisi, bugüne kadar tespit edilmiş en temiz, en tasarruflu enerji kaynağıdır. Hidrojen enerjili yakıt pilleri, şimdilerde bütün dünyanın gözde ürünleri arasına girmiş bulunuyor. Bunlar, cep telefonundan tutun da, otomobil, uçak, gemi, hatta büyük şehirlerin ısı ve aydınlatma ihtiyacına kadar, hemen her sektörde kullanılmaya elverişlidir.

Hile: Birini aldatmak, yanıltmak için yapılan düzen

Himaye-Koruma

Hinterlant: Kapsama alanı.

Hinterlant-Kapsama alanı

Hiper Enflasyon: Dört nala enflasyon olarak adlandırılır. Paranın değerinin yitirdiği en şiddetli enflasyon şeklidir. İktisat tarihinde çoğunlukla savaş veya sonrasında ortaya çıkmış ve yeni bir para biriminin kurulmasını zorunlu hale getirmiştir.

Hizmet Pazarlaması: Bir kişi veya kuruluş tarafından pazarlandığında fayda ve tatmin sağlayan, tamamıyla gayri maddi olan ve hizmeti satın alanların herhangi bir fiziki unsura sahip olmaları sonucu doğurmayan faaliyetler veya faydalar şeklinde tanımlanabilir.

Hizmet Pazarlaması: İnsan ve makineler aracılığıyla insan gayretiyle üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziki yapısı olmayan ürünlerin bir kişi ve kuruluş tarafından pazarlanmasıdır.

Hizmet; insan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen fiziki olmayan ve tüketicilere doğrudan satışa sunulan veya ürünlerin satışıyla birlikte sağlanan hareketlere, faydalara ve doygunluklara denir.

Holding: Bir şirket aracılığıyla diğer şirketlerin bir araya getirilerek yönetilmesidir. Holding şirketleri, üretim ve satış türü faaliyetlerde bulunmayan ve belli bir faaliyet alanları olan şirketlere iştirak eden ve genellikle böyle şirketlerin büyük ortağı durumunda olan anonim şirketlerdir. Holding şirketlerinin kuruluş ve var oluş sebepleri birden çok şirkete iştirak etmek ve bu şirketleri yönlendirmek/kontrol etmek olduğundan sermaye şirketleri sınıfında bulunur

Homo-islamicus (İslami-insan)’ın temel özellikleri; (1)spekülyasyondan (vurgunculuk), (2)faizden, (3)kumardan, (4)içkiden kazanç elde etmeyen ve (5)helal yollardan ayrılmayan insandır. İslam, insanı İslamî prensiplerle, Allah' ın emir, nehiy ve nasihatleriyle öğretilip eğitildikten sonra, iktisadi hayatta serbest bırakır. Buna mukabil Batı'nın inşa ettiği kapitalist düşünce akımının belirlediği insan modeli; (1)insan kendi menfaatini maksimuma ulaştırmaya çalışır, (2)rasyonel davranır, (3)bilinçli davranır, (4)haz hesabı yapar, (5)elem hesabı yapar “**homo-economicus (iktisadi birey)**” dur.

Hukuk: Arapçada “hak” kökünden dilimizde hukuk olarak; toplumun genel menfaatini veya fertlerin ve toplumun ortak iyiliğini sağlamak amacıyla konulan ve kamu gücüyle desteklenen kaide, hak ve kanunların bütünü olarak adalete yönelmiş toplumun yaşama düzenidir.

Hulefa-i Raşidin (Dört Büyük Halife): Hz. Peygamber'in vefatından sonra 632-661 yılları arasında İslâm âleminin yönetimini üstlenen ilk Dört Halife anlamına gelmektedir. Bu halifeler sırasıyla Hz. Ebû Bekir, Hz. Ömer, Hz. Osman ve Hz. Ali'dir. Râşid kavramı, doğru yolda olan, doğruya ve hakka sınıksız sarılan, kemale ermiş gibi anlamları ifade ederek o dört seçkin insanın sıfat ve özelliklerini belirtmektedir.

Hücrel Üretim Sistemi: Cellylar Trodution System: Parçaların-makinelerin benzer veya ortak özelliklerine göre kümelenmesi şartıyla, sistemdeki çeşitli parçaların küçük miktarlarının daha ekonomik olarak üretilebileceği gerçeğine dayanan yaklaşım. Hücrel üretim sisteminin esası, küçük bir sistemin etkin ve kontrol edilebilir olma özelliğini büyük sisteme yansıtılması olarak özetlenebilir. Hücrel üretim sisteminin ilk tasarımında birincil ve en önemli parça/makine hücrelerinin etkin bir şekilde oluşturulmasıdır. Bu yüzden, literatürdeki çalışmaların büyük çoğunluğu parça/makine hücrelerinin oluşturulmasına yönelik yöntemlerle ilgilidir.

Hükümet, bir ülkede devletin görevlerini yerine getirmesini sağlayan yetkili (yürütme organı veya bakanlar kurulu) organdır. **Temelde dört çeşit hükümet sistemi vardır: 1. Meşrûti Monarşi:** Yasama ve yürütme yetkisinin sadece yürütme organında toplandığı bir sistemdir. Devletin tek otoritesi, kral veya padişah gibi isimler alan hükümdardır. **2. Meclis Hükümeti:** Kuvvetler birliği ve meclisin üstünlüğü ilkesine dayanan bir sistemdir. **3. Diktatörlük:** Yasama, yürütme ve yargı kuvvetlerinin tek bir kişide toplandığı sistemidir. **4. Başkanlık Sistemi:** Sert kuvvetler ayrılığı ilkesine dayanan bu sistemde yasama ve yürütme birbirinden ayrılmıştır. Yürütme yetkisi halkın seçtiği başkana, yasama yetkisi ise parlamentoya aittir. **5. Parlamenter Sistemi:** Yasama ve yürütme organları birbirinden bağımsız olmakla beraber aralarında işbirliğinin olduğu yumuşak kuvvetler ayrılığı prensibine dayanan bir hükümet sistemidir. **6. Yarı Başkanlık Sistemi:** Devlet başkanının doğrudan halk tarafından seçildiği ve önemli siyasî yetkiler kullandığı, Bakanlar Kurulunun da parlamento önünde sorumlu olduğu hükümet sistemidir. **7. Karma Hükümet Sistemi:** Meclis hükümeti sistemi ve parlamenter sistemin birleşmesi veya karmasından oluşan bir hükümet sistemidir.

Hüküm-Yargı

I

IMF: Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund) (IMF), 1944 senesinde uluslararası para sisteminin esaslarını belirleyen Bretton Woods Anlaşması gereğince kurulmuş ve 1 Mart 1947'den itibaren fiilen çalışmaya başlamıştır. Merkezi Washington'dadır. Güvernörler Meclisi, İcra Kurulu ve Genel Müdür olmak üzere üç yönetim organı vardır. Üye ülkelerin maliye bakanlarından oluşan Güvernörler Meclisi, senede bir defa toplanır. İcra Kurulu ise 6'sı atanmış ve 14'ü seçilmiş olmak üzere 20 direktörden meydana gelir. Fondaki en yüksek paya sahip 6 ülke, kendilerini temsil edecek direktörleri doğrudan atarlar. Geri kalan üyeler ise gruplara ayrılır ve her grup bir direktör seçer. Üye ülkelerin Uluslararası Para Fonu'na verdikleri kaynaklardan meydana gelen kotalar, özel çekme hakkına göre hesaplanır. Her ülkenin %25'i altın, %75'i ulusal paradan oluşan kotası, temsilcilerin oylarının ağırlığının yanı sıra kredilerin sınırlarını da belirler. Uluslararası rezerv yetersizliğini gidermek için likidite oluşturacak bir kurum olarak oluşturulan Uluslararası Para Fonu'nun gerçekleştirmeye çalıştığı gayeleri şöyledir: Uluslararası ticaretin gelişmesini sağlamak üzere ülkelerde tam istihdam üretim seviyesine ulaşılması. Gelişme hızlarının artırılması. Sabit kur sisteminin gerçekleştirilmesi ve kurlarda istikrarın sağlanması. Özel çekme hakları Üye ülkelerin devamlı artan ödemeler dengesi meselelerinin normal çekme hakları ile giderilememesi ve özel anlaşmalar (stand-by arrangements) yapılmaya başlanması üzerine 1970 senesinden itibaren her üye ülke için belli miktarlarda özel çekme hakkı getirilmiştir. Altın kambiyo sisteminin yerine geliştirilen bu sistemin esası soyut bir birim olan SDR'dir (Special Drawing Right). Üyelerin bundan yararlanabilmeleri için para, maliye, dış ticaret, ödemeler dengesi hakkındaki bilgileri sunmaları ve gösterdikleri gerekçelerin IMF tarafından haklı bulunması gerekmektedir. 1990'ların başlarında 177 ülkenin üye olduğu IMF'e Türkiye, 14 Şubat 1947 tarihli ve 5016 sayılı yasayla katılmıştır.

ISO-9000 Sistemi: Kalite sisteminin kullanılması ile firmada, yönetimin iyileşmesi, faaliyetlerin daha iyi planlanması, problemlerin daha hızlı çözülmesi ve verimliliğin artmasını hedefleyen yönetim sistemidir. Türkiye'de Kalite Güvencesi Sistem Belgelendirmesi yapmaya yetkili tek kuruluş olan Türk Standartlar Enstitüsü (TSİ), 1990'dan bu yana belgelendirme yapıyor. TS-EN-ISO 9000 Kalite Güvencesi Standartları Serisi, etkili bir yönetim sisteminin nasıl kurulacağını, dokümanter edilebileceğini ve sürdürülebileceğini temin eder ve üreticilerin kusursuzluğunu belgelemesi zorunluluğunu getirir. Böylece ürün kalitesinden kaynaklanabilecek meselelerin, sistem içinde ve başlangıçta önlenmesi hedeflenmiştir.

ISO - Uluslar arası Standardizasyon Teşkilatı - : Üye 143 ülke tarafında Merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde 1947 senesinde kurulan ve yaptığı standardizasyon çalışmaları sonucu sanayiye, ticarete ve tüketicilere katkılar sağlayan ISO (International Organization for Standardization)Uluslararası Standard Organizasyonu'dur. **Gayesi;** uluslar arası mal ve hizmet değişimini hızlandırmak, entelektüel, bilimsel, teknolojik ve ekonomik faaliyetler alanında işbirliğini geliştirmektir. TSE, ISO'nun üyesi ve Türkiye'deki tek temsilcisidir.

ISO 8402 Kalite Sözlüğü: Kalite standartlarının hazırlanmasında ve kullanılmasında iç ve dış ilişkilerde karşılıklı anlaşma için kullanılan kalite ile ilgili temel terimleri tanımlar.

ISO 9002 Üretim, tesis ve serviste kalite güvencesi modeli. Sözleşmeli durumlarda tedarikçilerin tesis edilmiş bir tasarıma uygun ürün temini konusundaki yeterliliğinin gösterilmesi gereken durumlarda kullanılan kalite şartlarını

belirler. Üretimden servise kadar bütün aşamalarda uygunsuzlukların önlenerek müşteri memnuniyetinin sağlanması gayesine yöneliktir.

ISO 9003 Tedarikçinin son muayene ve deneyler sırasında herhangi bir ürün uygunsuzluğu hakkında yapacağı işlemlere dair kontrol ve tespit yeteneğini gösteren kalite sistem şartları.

ISO 9004 ISO 9004, bir kalite yönetim sisteminin etkililiğinin ve etkinliğinin sağlanması ve organizasyonun performansında potansiyel iyileştirmeler yapılması konularında, ISO 9001'de yer alan şartların ötesinde hazırlanmış bir kılavuz. ISO 9001 ile karşılaştırıldığında müşteri memnuniyeti ile ürün kalitesi hedeflerini, organizasyon performansını ve ilgili tarafların memnuniyetini içerecek şekilde genişletilmiştir. Standardın ekinde, "Öz Değerlendirme Kılavuzu" ve "Sürekli İyileştirme Süreci" açıklaması yer almaktadır.

ISO 9004-1, kalite yönetimi ve kalite sistemi elemanları kılavuzu niteliği taşır. Uygulanması gereken temel unsurları tanımlar. ISO 9004-2 ise, ISO 9004-1'deki iç kalite yönetiminin genel prensiplerine dayalı olarak, hizmetler için kapsamlı bir kalite sistemini tanımlar.

İ

İbni Haldun: İslam bilimlerinin bütün dallarından, tabii ve sosyal bilimlere kadar, çağına ulaşan her konuda önemli tahlillerde bulunmuştur. Bu sebeple, Tarih Felsefesi'nin ve İktisat Bilimi'nin kurucusu olarak kabul edildi. Ayrıca insanlık tarihinin ilk toplum bilimcisi ve sosyologu olma özelliğini kazandı. Sosyoloji ilminin birçok temel prensiplerini Batılı bilim adamlarından yüzlerce sene önce ortaya koydu. Tarih, siyaset teorisi ve sosyal psikoloji alanlarında İtalyan Makyavelli'ye; Sosyal düzenin genel esaslarında Montesqu'ya; Tarih Felsefesi sahasında Rosseau ve Ouguste Comte'ye; Devletlerin çöküşü ilkesinde İngiliz Tarihçisi Gibban'a; Pedagoji dalında ise William James ve Spencer'e ışık tutan metotlar belirledi. İbni Haldun, siyasi bir hâkimiyetin kurulması, gelişmesi ve çözülmesi sürecinde Siyasi Lider veya liderlerden ziyade grubunun önemli olduğuna inanır. Siyasi bir liderin ferdi özellikleri ne kadar gelişmiş olursa olsun ekibini oluşturamadığı sürece kesin olarak başarıya ulaşamaz. Aynı şekilde, devletlerin çözülme sebeplerini yönetenlerin ferdi kusurlarında aramak da yanlıştır. Bu görüşüyle İbni Haldun'a göre Devlet - siyasi- bir Hanedan niteliğindedir. Bir devletin ortaya çıkması, gelişmesi ve zirveye ulaştıktan sonra çözülmesiyle bir siyasi hanedanın ortaya çıkması, gelişmesi, yükselmesi ve çözülmesi arasında sıkı bir paralellik kurar. Her devlete ortalama olarak 120 – 130 senelik bir ömür tanır. Her devlet genel olarak 5 temel aşamadan geçer: **1. Kuruluş Devresi:** Her türlü karşı koymanın bastırıldığı, daha önce onu elinde tutan hanedandan zorla alınması devresidir. Ele geçiren grupta canlılık ve etkinlik en üst düzeydedir. Henüz geleneksel alışkanlıklarını yitirmemiş, mütevazı ve kanaatkârdır. Siyasi lider henüz kendisini vatandaşlarından ayrı tutmaz. **2. Otorite Devresi:** İktidarı elinde tutan lider kendi grubu üzerinde otoritesini tesis eder, mülkü ve nimetlerini kendisi için istemeye başlar. Grupta rakip olacak ileri gelenler yönetimden uzaklaştırılır, kendine bağlı itaatkâr kişiler yönetime gelir. **3. Rahatlık Devresi:** İktidarın meyveleri toplanır, servet genişletilir, şan ve şöhret ön plana geçer, kendini ebedileştirecek eserler meydana getirilir. Siyasi liderin hem kendi grubunu hem de diğer grupları tam egemenlik altına aldığı dönemdir. Güçlü ordu, iyi çalışan sivil bürokrasi ve düzenli toplanan vergiler vardır. **4. Taklit Devresi:** Siyasi iktidar, atalarının bıraktıklarını yeterli görmeye başlar. En doğru yolun kendisine miras bırakılan yolu takip etmek olduğuna inanır. Taklitçilik ve gelenekçilik, yenileşmenin önünü kapatır. **5. İsrâf Devresi:** Siyasi iktidar, atalarından kalan mirası arzu ve hevesine göre israf etmeye başlar. Devlet yönetimine ehliyetsiz kişiler geçirilir. Böylece devletin çözülme ve yıkılma süreci başlar. Ordusunu, memurunu besleyemez ve giderlerini karşılayamaz hale gelir ve yıkılır. İbni Haldun, devletin çözülmesinde dış faktörlerden ziyade iç sebeplerin öncelik taşıdığını kabul eder. Bununla birlikte devletin tamamen ortadan kalkışı bir dış saldırıyla gerçekleşir. Devletin yıkılışındaki en temel sebepleri; Lider, Ekonomi ve Ahlâk olmak üzere 3 temel başlık altında ifade eder. **1. Lider;** devletin kurulma safhasında grubuyla ahlâki bir otorite ilişkisi içindedir. Zamanla otoritesini paylaşmak istemez. Liderin kibir, bencillik ve başkalarına hâkim olma duygusu öne geçer ve ona göre siyasetin kendisi de Tek Bir Hâkim olmayı gerektirir. **2. Ekonomi;** asker ve para olarak güç iki temele dayanır. Devletin kuruluş safhasında fazla paraya ihtiyaç olmaz ancak zamanla devlet büyüyüp geliştikçe yeni ihtiyaçlar paraya olan ihtiyacı da ortaya çıkarır. Koruyucu sınıfı ile yönetim arasında ücretlerin ve ihtiyaçların karşılanmasına paralel bir hoşnutluk ilkesi vardır. Yönetimin tek para kaynağı vergilerdir. Vergilerin akması içinse sağlam ve gelişen bir ekonomik yapı gerekir. İbni Haldun, ekonominin kendine has kanunları olduğunu belirtir ve herhangi bir zorlama ekonomik hayatı alt-üst eder. Ekonomik gelişmenin bir üst sınırı vardır ve ondan sonra duraklama ve gerileme başlar. Tahrik edilen insani ihtiyaçların artma hızı, bunları karşılayacak kazanç ve gelirlerin artış hızından fazla olduğu için bir noktada yetersizlik başlar. Bu noktada Devlet, ya giderlerini kısmak veya gelirlerini artırmak şeklinde iki yoldan birini kullanmak durumundadır. Ne yazık ki bu noktadan sonra bu iki yol da başarıya ulaşamaz. Rahatlığa alışmış olanlar kemer sıkamazlar. Devlet gelirleri artırmak için ya var olan vergileri artırır veya yeni vergiler koymak isteyebilir. Oysa Vergi ile Kazanç arasında aşılması gereken sınır aşılsa teşebbüs arzusu zayıflar. Vergide de gelir sağlayamayan Devlet, bu defa ekonomik hayata girmek ister. Üreticilerden ürünlerini değerlerinin altında almaya, tüketiciye fahiş kârla satmaya çalışır. Bunun sonucu üretici üretimden, tüccar ticaretten vazgeçer. Tüketiciler şehirden kaçış yolları arar. Devlet bunun da fayda etmediğini görünce, önce yakınındaki varlıklı kişilerden başlayarak herkesin malına ve mülküne el koyar. Bu da vatandaşların yönetimden yüz çevirmesine, dış güçlerle ittifak yapılmasına, ekonomik hayatın durmasına ve devletin ortadan kalkmasına yol açar. **3. Ahlak;** ilkesinin medeniyetin (ilim, sanat, şehir hayatı, zenginlik ve konfor gibi) gelişmesine paralel olarak bozulup bozulmadığı tarih boyunca tartışma konusu olmuştur. Eski Atina'dan başlayarak Rönesans'a kadar pek çok düşünür, ahlâki yozlaşmanın bir devletin çöküşünde önemli bir etken olduğunu savunur. Berkeley; "Büyük Britanya'nın çöküşünü önlemek üzerine yazdığı düşüncelerinde, İngiliz halkının maddi heveslerinin artışından ve

ahlaki niteliklerini kaybedişinden önemle bahseder. Kurtulmak için Hristiyan ahlâkının ilkelerinin yeniden saygınlığa kavuşturulması gerektiğini belirtir." Aynı şekilde Fransa'da J.J. Rousseau; "Medeniyetin gelişmesinin ahlâkın bozulmasına yol açtığını" savunur. Spengler; "Batının çöküşünü konu ettiği eserinde gelişmeyle birlikte ahlâki değer ve kurumların yozlaşmasından" söz eder. Mesela; Saygı ve gelenek yerine, soğuk olgusallık; Halk yerine, kitlesellik; Gerçek ve canlı değerler yerine, para ve soyut değerler; Devlet ve Toplum yerine, milletlerarası toplum değerleri hâkim olur. İnsanlar; kanaatkâr, dayanıklı, kendine güvenen, cesur, yardım sever, namuslu, dindar olmak yerine, haris, mağrur, korkak, tembel, bencil, müsrif, rahatına düşkün, dini değerlere lakayt hale gelirler. Doymak bilmeyen ihtiyaçlarını meşru yollardan tatmin edemeyenler, gayri meşru yolları zorlar ve ahlaki değerleri yıkarlar. Çözülme sürecinde Devlet bütün vatandaşlarına karşı adil değildir. Halk bireyselleşmiş, gayri meşru ilişkiler yaygınlaşmış, din ve ahlâk duyguları zayıflamıştır. (Kaynak: <http://www.biyografi.net/kisiyazdir.asp?kisiid=2626> erişim tarihi: 17.01.2018)

İcabında-Gerektiğinde

İcra Kurulu Başkanı (CEO), bir şirketin, organizasyonun veya acentenin en üst dereceli yöneticisidir. Açılımı "Chief Executive Officer" dır.

İcra Piyasası: İcralık menkul ve gayrimenkullerin satıldığı piyasa.

İcra ve İflas Hukuku: Alacaklısının, devlet kuvveti yardımı ile alacağını elde etmesini düzenleyen hukuk dalıdır.

İç Borçlar: Hükümetin ülke sınırları içinde kişi ve kurumlara ulusal para cinsinden borçlanmasıdır. Bu borçlanmanın iktisadi niteliği, satın alma gücünün özel ve kamusal kesimler arasında el değiştirmesidir. İç borçlanmada ülkenin kullanabileceği kaynaklara bir ek söz konusu değildir. Devlet, en yaygın yöntemle halka ve kurumlara sattığı kâğıda +bağlı bono, tahvil ve kâğıda bağlı olmayan yöntemlerle borçlanabilir.

İç Borçlar: Hükümetin ülke sınırları içinde kişi ve kurumlara ulusal para cinsinden borçlanmasıdır. Bu borçlanmanın iktisadi niteliği, satın alma gücünün özel ve kamusal kesimler arasında el değiştirmesidir. İç borçlanmada ülkenin kullanabileceği kaynaklara bir ek söz konusu değildir. Devlet, en yaygın yöntemle halka ve kurumlara sattığı kâğıda +bağlı bono, tahvil ve kâğıda bağlı olmayan yöntemlerle borçlanabilir. İç Borçlanma; kısa-uzun vadeli, teminatlı-teminatsız ve zorunlu-gönüllü olarak üç gruba ayrılabilir."

İç-Dâhil

İdare (yönetim); insan topluluğuna ait çekip çevirme veya bir girişime ilişkin işleri belirli bir anlayış içinde yürütme manasındadır. Çobanın koyun sürüsünü veya sürücünün aracı kullanması "yönetim" değil "sevk"tir. "Araçlar sürülür, hayvanlar güdülür, insanlar yönetilir."

İdarehane: (a.f.b.i.) İdare yeri, bir işi yönetenlerin bulunduğu yapı.

İddihar: Kıtık zamanında yüksek fiatla satmak üzere zahire toplayıp saklama. Temel gıda maddelerini daha sonra yüksek fiyattan satmak üzere toplayıp saklamadır.

İddihar-Biriktirme-Stoklama

İddihar-biriktirme-stoklama

İhmal: Hangi sebeple olursa olsun görevin savsaklanması ve geciktirilmesi veya üstü tarafından verilen emirlerin geçerli bir sebep olmadan yapılmaması olarak tanımlanabilir.

İhracat -Dışsatım- Mevzuatı: Bir ürünün yurtdışına çıkışı ile bedelinin yurtiçine getirilmesine kadarki süreçle ilişkin kanuni düzenlemeler bütünü.

İhracat Komisyon Birimi: Yabancı bir alıcı için belli bir komisyon karşılığında satın alma acentesi rolünü üstlenen organizasyondur. **İhracat Komisyoncusu:** Alıcıları ve satıcıları belli bir ücret karşılığında bir araya getiren ancak satış işlemlerinde rol almayan kişi veya şirkettir.

İhracat Lisansı: Belirli malların belirli yerlere ihracatına izin veren hükümet belgesidir.

İhracat Rejimi- Dışsatım Rejimi- Ülkelerin dışsatımının hangi ana ilkelere göre gerçekleştirileceğini ortaya koyan her türlü kanuni düzenleme.

İhracat; bir ülke sınırları içerisinde serbest dolaşımda bulunan (bu ülkede yetişen, üretilen veya başka ülkelere ithal edilmiş) malların ve hizmetlerin başka ülkelere satılması ve gönderilmesini ifade eder. Diğer bir tarifile **ihracat**, bir malın veya değer in yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve kambiyo mevzuatına göre bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) yurda getirilmesi veya müsteşarlık tarafından ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlar olarak İhracat Yönetmeliği'nde tanımlanmıştır.

İhracat-Dışsatım: Bir ülkeden, çeşitli ticaret-tecim- antlaşmalarına göre dış ülkelere mal ve hizmet satma. Yani, yurt içi mal ve hizmet ürünlerini başka ülkelere satma ve gönderme faaliyetidir. Bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin diğer ülkelere satılması işlemidir. **İhracat.** Bir malın veya değer in yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve kambiyo mevzuatına göre bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) yurda getirilmesi veya Müsteşarlık tarafından ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlar olarak İhracat Yönetmeliği'nde tanımlanmıştır.

İhracat-Dışsatım-Rejimi: Ülkelerin dışsatımının hangi ana ilkelere göre gerçekleştirileceğini ortaya koyan her türlü kanuni düzenlemeleri içerir.

İhtar-Uyarı

İhtikâr- Spekülasyon-Vurgunculuk

İhtikâr- spekülasyon-vurgunculuk

İhtira Beratı (Patent): Oluşturucu bir fikir mahsulü olan, sanayide uygulama alanı bulunan buluşların işletilmesi konusunda buluş sahibine, belli bir zaman için münhasır hak temin etmek gayesiyle, ilgili mevzuatın dünyada öngördüğü hüküm ve şartlara uygun olarak, Devletçe verilen ve korunan bir hakkı gösteren belgedir.

İhtiyaç: Organizmanın duyduğu bir eksiklik olarak, karşılandığı zaman kişiye haz ve zevk veren, karşılanmadığında ise acı ve üzüntü veren ekonomik ve biyolojik bir olaydır. Diğer bir tanımla **ihtiyaç**, karşılandığında haz ve rahatlık veren karşılanmadığında ise acı ve hüznü veren; karşılandıkça şiddetini kaybeden; zaman içinde kendini tekrarlayan; alışkanlık haline gelebilen; sınırsız ve nispi olan duygudur.

İhtiyaç; organizmanın duyduğu bir eksiklik olarak, karşılandığı zaman kişiye haz ve zevk veren, karşılanmadığında ise üzüntü ve keder veren bir duygudur. Diğer bir tanımla **ihtiyaç;** karşılandığında haz, karşılanmadığında acı ve hüznü veren; karşılandıkça şiddetini kaybeden; zaman içinde kendini tekrarlayan; alışkanlık haline gelebilen; sınırsız ve izafi olan duygu olarak ifade edilir.

İhtiyaçlar Merdiveni: En önemlisinden başlamak üzere ihtiyaçların hangi sırayla karşılandığını gösteren basamaklar dizisini gösterir. A. Maslow'ın ihtiyaçlar hiyerarşisinden alınmıştır. Bunlar sırasıyla; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygı görme ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı

İhtiyat Akçesi-Yedek Akçe

İkame Mal: Biri diğerinin yerine kullanılabilen, tüketim açısından rakip olan mallar, margarin ve tereyağı gibi,

İkrâm: (a.i. kerem'den) 1-Ağırlama, saygı gösterme, hürmet etme. 2-İltifat için bir şeyler verme. 3-İyi bir hediye verme, bir şey sunma, bağış, ihsan. 4-Bir alışverişte müşteriye yapılan özel indirim.

İKT (İslam Konferansı Teşkilatı): Nüfusunun çoğunluğu Müslüman olan ülkelerin üye olduğu, genel sekreterliği Suudi Arabistan'ın Cidde şehrinde bulunan ve üye ülkeler arasında politik, ekonomik, kültürel, bilimsel ve sosyal dayanışma ve işbirliğini hedefleyen uluslararası bir kuruluştur. Yakın zamanda Arnavutluk, Azerbaycan ve Orta Asya Cumhuriyetleri ile Togo ve Guyana'nın katılımı ile üye sayısı 45'ten 56'ya yükseldi. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Bosna Hersek, Fildişi Sahili ve Tayland; gözlemci statüsünde teşkilatın çalışmalarına katılmaktadır.

İktisadi Devlet Teşekkülleri (İDT): Sermayesinin tamamı devlete ait, iktisadi alanda ticari esaslara göre faaliyet göstermek üzere kanunla kurulan kamu iktisadi teşebbüsleridir. Ziraat Bankası, Çaykur, Devlet Malzeme Ofisi gibi,

İktisadi gelişme; bir ülkede belirli bir dönemde üretimdeki artışı ifade eden fiziki büyüme ile birlikte, ekonomideki yetenek, bilgi ve anlayışın gelişmesi ve üretilen mal ve hizmetlerin kalitesinin de yükselmesini ifade eder.

İktisadilik: Bir birim ürünün üretimi için gerekli maliyet düzeyini belirler.

İlânihye-Sonsuz

İleri imalat teknolojileri; ürün ve süreç tasarımı, üretim planlama ve kontrol, üretim süreci ve bu faaliyetlerin uyumlaştırılması gayesiyle kullanılan teknolojilerin tamamını ifade eder. İleri imalat teknolojileri üretimde akış, esneklik ve maliyet avantajı sağlayan; birçok fabrika otomasyon ve kontrol şekillerini içerir.

İletişim; kişiler, gruplar veya organizasyonlar arasında çeşitli düşünce, bilgi, duygu veya duygu iletimiyle ilgili ortak bir anlayış oluşturmak ve karşılıklı etkileşimi sağlamaktır. Diğer bir tanımla **iletişim;** mesaj, gönderici ve mesaj alan olmak üzere üç temel unsuru olan ve bilgi, tecrübe, duygu, görüntü veya sesin iletilmesi ve işlenmesi sürecidir.

İletişim-Haberleşme

İletişim-haberleşme

İlham kaynağı: Bir kişiye, bir sanatçıya, bir şey meydana getirmeğe, bir şey yapmaya sevk eden his unsuru.

İlim: Bilme, biliş, bilgi; bir şeyin doğrusunu bilme. Kâinat içinde meydana gelen olayların sebep, oluş, sonuç ve tesirleri konusunda, aklın ölçüleri çerçevesinde tahsil ve tecrübe ile edinilen doğru bilgi, bilim.

İlişki Pazarlaması (Relations Marketing): Mevcut müşteriler arasında bağlılığı oluşturmak ve sürdürmek gayesiyle tasarlanan pazarlama çabalarıdır. İlişki pazarlaması eski bir kavram olmasına rağmen, hizmet pazarlaması uygulamalarında ve akademik araştırmalarda yeni bir konu olarak gelişme göstermektedir. Literatürde ilişki pazarlamasıyla ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Ancak hizmet pazarlaması literatüründe ilişki pazarlaması kavramı ilk kez 1983 senesinde Berry tarafından kullanılmış ve şu şekilde bir tanım yapılmıştır (1995, s.236); "İlişki pazarlaması işletmelerde müşteri ilişkilerinin oluşturulması, muhafaza edilmesi ve arttırılmasıdır".

İlişki Yönlü (Birebir) Pazarlama: İşletmelerinde müşterilerin sadakatini arttırmak ve mevcut müşterilerden daha fazla sipariş veya tekrar iş almak için, müşterilerle uzun vadeli ilişki geliştirmeye dönük olarak tasarlanan bir pazarlama stratejisidir.

İllegal-Kanundışı

İllegal-kanundışı

İlluminati: Aydınlanmışlar, Rönesans (1 Mayıs 1776) döneminde kurulan bu topluluğun gayesi insanların düşüncelerini hür kılmak, dini ve doğma düşüncelerden arındırmak ve pozitif bilimi geliştirmek, zihin kontrolleri ile hükümet ve kuruluşları ele geçirerek yenedünya düzeni kurmaya hedeflediği iddia edilen bir düşünce sistemi ve bir yapıdır.

İlluminati; zihin kontrolü uygulayarak, hükümetleri ve kuruluşları ele geçirerek Yeni Dünya Düzeni'ni sağlamak gayesiyle hareket ettiği iddia edilen, monarşileri yıkmayı, dini inançları yok etmeyi, ulus devletleri ve vatanseverliği sonlandırarak sosyal düzeni alt üst etmeyi planladığı öne sürülen; ancak faaliyeti ve varlığı kanıtlanamamış bir yapılanma olarak tarif edilir.

İmage=İmaj=Algı, Tasavvur, İdrak: Bir nesnenin veya objenin gerçeğinden farklı olarak algılanması/algılama şekli olarak ifade edilir. İmaj ile gerçek arasında her zaman fark vardır. Gerçek olduğu gibi,dir fakat imaj insanlarca üretilir ve bu anlamda imaj başka gerçek başka olmaktadır.

İmitasyon-Taklit

İmitasyon-taklit

İnfâk: (a.i. nafaka'dan.) Nafaka verme, nafaka vererek geçindirme, sadaka verme, besleme.

İnovasyon Ekonomisi: 21. Yüzyılda ülkelerin geleneksel ekonomilerini 'inovasyon ekonomisi'ne dönüştürmedeki başarıları, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve toplumsal gelişme performanslarını belirliyor. İnovasyon ekonomisi kendini, nitelikli iş gücü; bu iş gücü için yüksek getiriler vadeden iş imkânları ve bu iş imkânlarını oluşturan hızla büyüyen firmalar ve çok sayıda yeni kurulan işletmelerle gösterir. Bir ülkede veya bölgede inovasyon ekonomisinin kurulması için nitelikli ve girişimci insan gücüne, yeni fikirlerin üretilmesini ve yayılmasını sağlayan bir ortama, inovasyonu destekleyen mekanizmalara ve sermayeye ulaşım imkânlarına ihtiyaç vardır. Burada devlet, kolaylaştırıcı ve katalizör geliştirme ve inovasyona yatırım yapar ve bu tür yatırımları teşvik eder. Bu tür ekonomilerde kişiler ve kuruluşlar etkin bir işbirliği ve etkileşim içindedir. Eğitim sisteminin odağını, firmaların ihtiyacına uygun niteliklerde insan gücünün yetiştirilmesi ve inovasyona dayalı girişimcilik eğitimlerinin verilmesi oluşturur. Bilginin ve insan gücünün hızlı ve etkin dolaşımı için gerekli alt yapıya yatırım yapılır. Bu gaye ile bilişim sistemleri; yüksek hızlı bir internet ve güçlü bir ulaşım ve taşımacılık imkânları yaygın ve güçlü bir altyapıyla desteklenir.

İnovasyon, yeni veya iyileştirilmiş mal, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri ifade eder. Kaizen; müşteri memnuniyetinin artırılması ve rekabette üstün olmak gayesiyle süreçlere yönelik, personel, süreç, zaman ve teknolojide yavaş yavaş; fakat çok sayıda gelişme sağlamayı ve maliyetlerde bir düşmeyi ifade eden bir kavramdır. Sanayide, Kaizen olarak ifade edilen uygulamalarla, küçük küçük başarılar ve iyileştirmeler işleri mükemmelleştirir.

İnovasyon; ilmi, teknolojik, sosyal ve ekonomik araştırmalar sonucu ortaya çıkan bulguları ekonomik, siyasi ve sosyal düzeylerin bir veya birkaçında uygulayarak toplumsal faydaya dönüştürme gibi, yenilik çalışmalarınıdır. Bir ülke ekonomisinin inovasyon kabiliyeti o ülkedeki üniversitelerin kalitesi, risk sermayesine ulaşım, kültürel uyum, patent başvurularının miktarı ve piyasalarının rekabet düzeyi gibi, birçok unsurun beraber değerlendirilmesiyle ölçülür. İnovasyon, fiziki ve işlevsel özellikleri daha önce bilinmeyen, ekonomik değeri olan bir ürünü ortaya çıkarma ve bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüğü süreçtir. İnovasyon Latince bir kelime olan "innovatus" tan türetilmiş ve Türkçe de yenilik, yenilenme kelimeleri ile ifade edilmeye çalışılmaktadır. İnovasyon toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılması anlamı yanında, yenilik, yenilenme olarak tıpkı teknoloji kelimesi gibi, teknik bir kelime olarak kabul edilmesi ve kullanılması daha doğru görünmektedir.

İnsan kaynakları işlevi; bir üretim faktörü olan insan kaynağının en ekonomik yollardan sağlanması, eğitimi, motivasyonu, performans değerlendirilmesinin yapılması, yönetime katılması ve verimli bir şekilde çalıştırılması hedefine yönelik işletme faaliyetlerinin yerine getirilmesi gibi, konuları içeren bir alandır.

İnsan kaynakları planlaması, işletmede görevlendirilecek personeli, nitelik ve nicelik yönünden istenilen zamanda sağlayabilme ve sağlanan personeli verimli bir şekilde çalıştırabilme gayesiyle yapılan planlama çalışmalarına denir.

İnsan kaynakları yönetimi bilimi; işletmede çalışanlarla ilgili program, yöntem, yönetmelik ve süreçleri geliştirme, uygulama ve değerlendirme, malî ve maddî kaynaklara ek olarak, insan kaynağının da doğru yönetilmesi ile uğraşan bir alandır.

İnsan kaynakları yönetimi; bir organizasyonu misyon ve vizyonu doğrultusunda gayesine varmak için, ihtiyaç duyduğu işgücünü en optimal şekilde oluşturmak, motive etmek, geliştirmek, ödüllendirmek ve devamlılığını sağlamak için ortaya konulan plân, program ve stratejilerin planlanması, organizasyonu, yöneltmesi, koordinasyonu ve kontrolünü ifade eder. Diğer bir tarifile **insan kaynakları yönetimi;** işletmelerin hedeflerine ulaşabilmeleri için gerekli olan çalışanı, nitelik ve nicelik yönünden istenilen zamanda sağlayabilme ve verimli bir şekilde çalıştırabilme gayesiyle yeterli sayıda vasıflı elemanın işe alınması, eğitilmesi, geliştirilmesi, motive edilmesi ve değerlendirilmesi faaliyetlerini planlama, organize etme, yöneltme, koordine etme ve kontrol etmedir.

İnsan sağlık ve emniyetinin, hayvan ve bitki varlığının ve çevrenin korunması veya tüketicinin doğru bilgilendirilmesi gibi, kriterler göz önüne alınarak **kalite;** bir mal veya hizmetin var olan veya olabilecek ihtiyaçları karşılama yeteneğine dayanan özelliklerinin toplamıdır.

İnternet bağımlılığı: İnternete bağımlı kalma süresinin sürekli artması ile internet bağımlılığı oluşmaktadır. Yeni teknolojiler kullanıcıların kimyasını bozmuyor, fakat formülünü değiştiriyor.

İnternet girişimciliği: Risk alarak, üretken ve yenilikçi çözümler geliştiren ve bunları iyi yönetimle birleştiren yeni veya mevcut kuruluşların asıl iş alanları dışında, internetsiz var olamayacak şekillerde ekonomik aktivite veya sosyal fayda oluşturma veya geliştirmelerini ifade eder. Zamanımızda haberleşme teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak sosyal medya ağının genişlemesiyle kişisel ve ticari internet siteleri hızla artmış ve ticaretin ağı genişlemiştir. Bu ortamı gören sosyal girişimciler gerçek dünyanın risklerine karşın sanal dünyanın daha az finansman isteği karşısında internet girişimcisi olma isteği kazanmış ve Facebook, Twitter, Google internet siteleri gibi çeşitli yollar geliştirilmiştir. Global düzeyde internet girişimcisi olmak; her zaman açık olacak bir internet sayfasıyla müşteri güven, hızlı dağıtım imkânı, ürünlerin web üzerinden tanıtım ve satışı ile azalan maliyet, internetin geniş çevrelere ulaşmasıyla yeni iş imkânlarını da ortaya çıkarmaktadır. **İnternet girişimciliğinin diğer girişimcilikler den 3 önemli**

farkı vardır:Düşük başlangıç sermaye ihtiyacı,Düşük işletme harcamaları,Geniş pazarlara ulaşma imkânı, Bu faktörler sonucunda internet girişimcileri diğer alanlardaki girişimcilere kıyasla çok daha hızlı ve daha az sermaye ile büyüme fırsatı elde ederler.

İnternet: İngilizce Interconnected Networks'un (kendi aralarında bağlantılı ağlar) kısaltmasıdır. Dünyayı saran ve merkezi olmayan, ağlardan oluşan bir ağ sistemidir. Eşanlam: Genelağ, yaygın ağ, örütbağ. **İnternet**, çok protokollü bir ağ olup birbirine bağlı bilgisayar ağlarının tümü olarak da tanımlanabilir. Binlerce akademik, ticari, devlet ve serbest bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşmuştur. Bilgisayarlar arasında bilgi çeşitli protokollere göre paketler halinde transfer edilir. İnternet üzerinde elektronik posta ve birbirine bağlı sayfalar gibi, çok çeşitli bilgiler ve hizmetler vardır.

İntihal: Bir kişinin eserinde başka kişilerin ifade, buluş veya düşüncelerini kaynak göstermeksizin kendisine aitmiş gibi kullanması. İntihal bir tür sahtekârlık ve hırsızlıktır. Başlıca türleri: Alıntı ifadeler ve fikirler için kaynak göstermemek. İntihal üzerinden iş modeli kurmak ahlâki bir davranış değil, bu bir emek hırsızlığıdır.

İnzibât: (a.i. zabt'dan.) 1-Düzenli olma, intizam, disiplin, kayıt altına alma. 2-Yolunda olma, genel emniyetin yolunda olması. 3-Düzeni sağlama, asayiş yoluyla koyma. 4-Sağlamlaşma. 5-Askerî polis.

İnzibat-Düzeni Sağlama

İrfân: Bilme, biliş, anlayış, vukûf, hakikata vakıf olma, künhe varma, bir şeyin özüne inme, ilim ve zekâ ile meydana gelen olgunluk, kültür. **İrfan:** Hakikata vakıf olma, künhe varma, bir şeyin özüne inme, ilim ve zekâ ile meydana gelen olgunluk. **İrfan:** Hakikate vakıf olma, künhe varma, bir şeyin özüne inme, ilim ve zekâ ile meydana gelen olgunluk.

İSEDAK (İslam Konferansı Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi): İslam Konferansı Teşkilatı (İKT) ile teşkilat içerisindeki Daimi Komitelerden Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi'dir. Başkanlığını Türkiye Cumhurbaşkanı yapmaktadır.

İskonto-(Discount): Satıcının liste fiyatından yaptığı indirim, fiyat ayarlama türü. Belirli bir miktarda, senenin belli zamanında satın almaya veya peşin ödemeye teşvik etmenin bir yolu.

İSPENÇ: Tarımla uğraşan Hıristiyan reayadan Osmanlı devletinin topladığı vergidir. Bu vergi 25 Akçe değerinde olup her erişkin zımniden alınan Tekâlif-i şer'i yeden kişisel bir vergidir.

İstatistik; verileri derleme, bölümlendirme, çizelgeler ve özetleme, ihtimal teorisi yardımıyla deney tasarımı ve gözlem prensiplerine belirleme, inceleme, yorumlama ve genelleme yöntemlerini veren bilim dalıdır. **Matematik** ise şekil, sayı ve çoklukların yapılarını, özelliklerini ve aralarındaki bağıntıları mantık yoluyla inceleyen, aritmetik, cebir, geometri gibi, dallara ayrılan bilim koludur. Matematik, sayı ve ölçü temeline dayanarak niceliklerin özelliklerini inceleyen bilimlerin ortak ismidir.

İstem-Talep

İstem-talep

İstibdâd: (a.i.) 1-Kendi başına ve hiç bir nizama ve kanuna bağlı olmadan yönetme, keyfî idâre sistemi, uyruklarına hiçbir hak ve hürriyet tanımayan sınırsız monarşi, despotluk, despotizm. 2-Hak ve hukuku tanımama, keyfi uygulama, zulüm ve tahakküm. 3-İdarede görülen her türlü kanun dışı tazyik, baskı.

İstibdat: hiç bir kanuna tâbi olmadan yönetme, keyfi idare sistemi, baskı, baskıcılık.

İstidat: Kabiliyet, potansiyel halindeki yetenekler.

İstihdam: Geniş anlamda üretim faktörlerinin, dar anlamda ise yalnızca emeğin üretim sürecinde kullanılmasını ifade eder. Üretime sokulan işgücüdür. **İstihdam Kapasitesi:** Üretime sokulabilecek işgücü potansiyeli.

İstihdam: İşverenler ve işçiler dâhil olmak üzere iş gücü seviyesinin iktisadi faktörlerle birlikte üretimde bulunması halidir. İş verme, iş gücünün ekonomik faaliyet alanlarında çalıştırılmasına **istihdam** denilmektedir. **Tam istihdam**, işsizliğin asgari düzeye düşürülmesini ifade ederken, **eksik istihdam** ise iş gücünün bir bölümünün işsiz olduğu durumdur./Bir toplumda fertlerin gelir elde etmek için istekli olarak çalıştırılmaları haline "**istihdam**" denilir. Geniş manada istihdam, üretim faktörlerinin üretimde kullanılması, çalıştırılmasıdır. Ancak, iktisatçılar pratikte istihdamı daha dar manada sadece işgücü faktörünün yani emeğin çalıştırılması olarak kullanmaktadırlar. Bunun sebebi, emeğin çalıştırılabilmesi yani istihdam edilebilmesi için diğer üretim faktörlerinin de çalıştırılması gerekiyor olmasından kaynaklanıyor.

İstihdam; geniş manada üretim faktörlerinin üretimde kullanılması, çalıştırılması olarak ifade edilirken; iktisatçılar pratikte istihdamı daha dar manada sadece işgücü faktörünün, yani emeğin çalıştırılması olarak kullanmaktadırlar.

İstinat-Dayanak

İstisna olan-Müstesna

İstisnalarla Yönetim: Planlanan, rutin faaliyetler dışında, fevkalade durumlarda yöneticinin müdahale ettiği yönetim türü ve yönetimin bir ilkesi olarak; organizasyonda günlük olarak yapılan işler ve sıkça tekrar edilen kararların astlara devredilmesi, fevkalade önem taşıyan karar verme yetkisinin üstlerde kalmasını ifade eder.

İstişare (danışma): Bir hususun doğru, iyi ve hayırlı olup olmadığını anlamak için uygun görülen bir kişi veya kişilerle fikir alış verişinde bulunmak demektir.

İş ahlâk ilkeleri; iş yerindeki ahlâki değerleri, geleneksel ahlâk anlayışını dikkate alarak, diğer taraftan da dünyadaki her boyutlu gelişimle bunu harmanlayarak iş hayatındaki davranışları yönlendiren, onlara rehberlik eden ahlâki prensipler ve standartlara denir. Oluşturulan bu mesleki ahlâk ilkeleri, ahlâk kuralları olarak "mesleki davranış ilkeleri" ismiyle yazılan olarak bir meslek grubunun; meslek üyelerine emreden, onları belli kurullarla davranmaya

zorlayan ferdi eğilimlerini sınırlayan, yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten ihraç eden, mesleki rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı hedefleyen mesleki ilkelerdir.

İş Ahlâkı: İş ahlâkı, ahlâk alanının bir alt konusu olarak İngilizce kullanımında "Ethics in the Work Place" (İş Yerinde Ahlâk) veya "Business Ethics" (İş Ahlâkı) olarak, önceleri "şirketlerin sosyal sorumluluğu" başlığı altında incelenmiş, günümüzde ise ayrı bir başlık olarak incelenmektedir. İş ahlâkının kapitalist sistem açısından ağırlıklı şekilde gündeme gelmesi ABD'de 1960'larda başlamış, 1980'lerde ise ABD'deki tüm büyük işletme ve şirketlerde "Etik Kuralları" (Code of Ethics), "Etik Komiteleri", "Etik Hizmet İçi Eğitim ve Müşavirlik (danışmanlık) Birimleri" oluşmuş ve eş zamanlı çoğu işletme yüksek lisans programlarında "İş Ahlâkı" başlı başına bir ders olarak yer almıştır. **İş ahlâkı;** bir meslekle ilgili herkes tarafından benimsenmiş, genel kabul görmüş ve o mesleğe mensup olanların ulaşmak için gayret ettikleri, aykırı hareket edenleri kınama, ayıplama, yalnızlığa terk etme, işbirliği yapmama gibi, yollarla cezalandırdıkları, ideal tavır, davranış, hareket ve düşünce şekline denir. Diğer bir tanımla **iş ahlâkı;** bütün ekonomik faaliyetlerde güven, dürüstlük, saygı ve adil davranmayı kural edinmek ve çevre ile ilişkilerde bu çevreyi paylaşan her insana destek olmaktır.

İş Analizi. İnsan kaynakları yönetiminde kullanılan işe yönelik bilgilerin, belirli bir sistematik içinde toplanması, derlendirilmesi ve analiz edilmesidir. İş analizi ile işin niteliğine, ne tür bir ortamda ve nasıl yapıldığına, gerektirdiği bilgi, tecrübe ve yetenek gibi, personel özelliklerine, kullanılan araç gerece, üretilen mal ve hizmete ilişkin bilgiler toplanır. Bu bilgiler; organizasyon yapısının oluşturulması, iş ve araç - gereç dizaynı, işgücü planlaması, personel seçimi, personel eğitimi, performans değerlemesi, ücret yönetimi, işin görevlerine ilişkin belirsizliklerin azaltılması gibi, alanlarda kullanılır.

İş Bölümü: Zamanı ve işgücünü verimli kullanabilmek gayesiyle, işlerin parçalara bölünmesi ve her isin ayrı birimlerce yerine getirilmesidir.

İş Doyumsuzluğu: Çalışanlarda tatminsizlik, huzursuzluk ve isteksizlik ortaya çıkarır. İş doyumsuzluğu daha gizli şekillerde verimsizlik, işi yavaşlatma, disiplin meseleleri ve diğer organizasyona ait meselelerin ardında yer alır. İş doyumsuzluğu yakınmalara da sebep olmaktadır. **Yakınma** çalışanın görevi ile astları ve üstleri arasındaki hoşnutsuzluktur. İster toplu ister kişisel olsun yakınmalar değerlendirilip çözülmedikçe, daha büyük meselelere yol açması kaçınılmazdır. Tüm çalışanlar üstlerine bağlı ve kendi düzeyinde başarılı bir ast olduğunu yöneticilerine hissettirmelerinde fayda vardır. Bu davranış yöneticilerin güvenini artırır ve gereksiz kaygılarını azaltır. Astlar, yöneticilerinden sürekli yakınarak çevrede onunla ilgili sözler söylememeli, birdenbire yükselme hevesine kapılmamalı ve böyle bir izlenim bırakmamalıdır.

İş Doyumu: Kişinin çalıştığı işle ilgili memnuniyetine denir ve organizasyonda verimliliği artıran bir husustur. İş doyumu işletmelerde verimliliğe önemli katkılar sağlar. **İş doyumu,** çalışanın işine ilişkin gösterdiği değerlendirici bir tepki olarak görülür. İş doyumu, işin özellikleri ile kişinin istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşir. **İş doyumu,** personelin işe uyumunun sağlanması işin gerektirdiği nitelik ve yeteneklerin işi yapan kişinin sahip olduğu nitelik ve yetenekler arasında bir uygunluğun bulunmasını işi yapan kişinin işinden tatmin duymasını ve işinde daha verimli olması ile ilgili faaliyetleri kapsar. 'organizasyonlarda araştırmalar, çalışanların dar sınırlar içinde tek düze çalışmalarının onlarda birçok psikolojik ve toplumsal davranış bozuklukları oluşturduğunu; üretkenlik gücünü büyük oranda yok ettiğini, çevresi ile ilişkilerinde bozulma olduğunu ortaya çıkarmıştır.'

İş envanteri; iş ile ilgili ayrıntılı bilgileri içererek bir işteki düşük ve yüksek performansı birbirinden ayıran ölçüleri ortaya koyar ve ileri derecede bölümlendirilmiş, standartlaştırılmış işlerde kullanılmasını sağlayan bilgileri ifade eder.

İş gereklerinin belirlenmesi. Belirli bir işin, belirli ayrıntılara inilerek, gerektiği şekilde yapılabilmesi için; ne düzeyde öğrenim, eğitim, görgü, tecrübe, muhakeme, analiz ve yorum yeteneği, öncelik, çok yönlülük, üretkenlik, algılama gücü, uyum gücü, iş bilgisi, sorumluluk, fiziki görünüş vb. nitelikler gerektirdiğini belirleyen kartlara iş gerekleri denir. İş gerekleri, istihdam edilecek personelde yetenek ve diploma uyumu yanında, işin yerine getirilebilmesi için personelin taşıması gereken; eğitim düzeyi, tecrübe, zihni, fiziki ve davranış ve duygu yönlü nitelikleri ortaya konur.

İş güvenliği; işçilerin iş kazalarına uğramalarını önlemek gayesi ile güvenli çalışma ortamını oluşturmak için alınması gereken tedbirleri ifade eder. **İşçi sağlığı bilimi ise** tüm mesleklerde çalışanların sağlıklarını sosyal, psikolojik ve fiziki olarak en üst seviyede tutmak, çalışma şartlarını ve üretim araçlarını sağlığa uygun hale getirmek, çalışanları zararlı etkilerden koruyarak işin ve işçinin birbirine uyumunu sağlamak üzere kurulmuş bir tıp dalıdır.

İş matrisi: İş süreçlerini matematik değerlerle ifade edilebilecek bir tablo ile gösterilmesini ifade eder.

İş Planı: İş Takip Formu, **İş planı;** iş kurmadan evvel gerekli araştırma ve planlama çalışmasını sağlayan ve gelecekteki darboğazları ve bunları aşma yollarını "önceden" analiz edilmesine yardımcı olan ve kuruluş için temel bir kontrol aracıdır. Diğer bir ifade ile **iş planı;** işletmenin başarılı olabilmesi için veya ekonomik bakımdan varlığını koruyabilmesi için neler yapılması gerektiğine karar verme sürecinin başlangıcıdır.

İş sağlığı ve güvenliği; işin yapılması sırasında iş yerindeki fiziki çevre şartları sebebiyle işçilerin maruz kaldıkları sağlık meseleleri ve mesleki risklerin ortadan kaldırılması veya azaltılması ile ilgilenen bilim dalıdır. Bir diğer tanımla **iş sağlığı ve güvenliği,** bir kuruluşun gerçekleştirdiği faaliyetlerden etkilenen tüm insanların (çalışanların, geçici işçilerin, alt yüklenici çalışanlarının, ziyaretçilerin, müşterilerin ve işyerindeki herhangi bir kişinin) sağlığına ve güvenliğine etki eden faktörleri ve şartları inceleyen bilim dalıdır.

İş tanımı. İş analizleriyle toplanan bilgilerden faydalanarak, her bir işin kapsamına giren faaliyetlerin, işlemlerin, sorumlulukların, görevlerin ve çalışma şartlarının ve hangi zaman diliminde yerine getirildiğini tarif eden ve bu

konuda yöneticilere ve personele bilgilendiren belgeye verilen isimdir. İş tanımı ile ilgili olan **görev tanımı** ise, bir kuruluşun üst düzey yöneticilerinden başlayarak en alt düzey çalışanına kadar bütün personelin kime bağlı çalıştığı, görevi, sorumluluğu ve yetkilerinin tarif edildiği dokümanlara verilen isimdir.

İş Tatmini: İşten elde edilen maddi menfaatler ile çalışanın birlikte çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve ortaya bir eser koymasının sağladığı bir mutluluğu ifade eder. Günümüzde çalışanların zihni ve fiziki sağlıkları ile iş tatmini arasında çok yakın bir ilişki olduğu bilinmektedir. **İş tatmini**, çalışan kişinin işini veya iş hayatını değerlendirmesi sonucunda duyduğu haz veya ulaştığı olumlu duygusal durum olarak ifade edilir. Başka bir ifade ile iş tatmini, kişilerin işlerine karşı duydukları kapsamlı, olumlu duygular ve bu duyguların insanlar üzerinde meydana getirdiği sonuçlardır. İş tatmini çalışanların fizyolojik ve ruhi sağlıkları ile birlikte duygularının bir belirtisi olmasından yöneticiler organizasyon içerisinde iş tatminini sağlamaya çalışırlar. Çalışanların tatmini ile ilgili olarak; iş güvencesi, yüksek ücret, kariyer planlaması, teşvik primi, çalışanları işletmeye ortaklığı, yönetime katılım, bilgi paylaşımı, vizyon oluşturma ve performans değerlendirmesi gibi, uygulamalar önemli olmaktadır.

İş Zekâsı-(Business Intelligent)-: Bir organizasyonun ham verilerini analiz etmek için, kullanılan tüm yazılım uygulamalarını kapsayan, operasyonel verilerden çıkarımlar yaparak, yönetim kararlarının alınmasına destek olmak gayesiyle çalışan bir disiplindir. Büyü işletmeler karar verme, maliyet düşürme ve yeni iş fırsatları tanımlamayı değerlendirmek için iş zekâsı kullanır. İş zekâsını aşağıdaki işletmeler yoğun olarak kullanırlar: 1. Envanter sayısı ve faaliyet alanları fazla olan kuruluşlar. 2. Perakende Mağazalar. 3. Restaurant Sektörü. 4. Ulusal ve dünya çapında faaliyet gösteren büyük organizasyonlar.

İş: Bir fayda oluşturmak için girişilen insan faaliyetleri dizisi olarak; insanların gelir elde etmek için yaptıkları bedeni ve fikri çabalarıdır. Emek ve iş genellikle eş anlamlı iki kelime olarak kullanılır.

İşçi sağlığı bilim; tüm mesleklerde çalışanların sağlıklarını sosyal, psikolojik ve fiziki olarak en üst seviyede tutmak, çalışma şartlarını ve üretim araçlarını sağlığa uygun hale getirmek, çalışanları zararlı etkilerden koruyarak işin ve işçinin birbirine uyumunu sağlamak üzere kurulmuş bir tıp dalıdır.

İşçi: Varlığını sürdürmek için işgücünü ücret veya maaş karşılığı satmak için zihni veya fiziki emeği ile çalışan ücretlidir. Bazı sendikaların tanımına göre; "Bu anlamda çalışanın mesleğinin "boyacı" olması, "mühendis" olması veya "laborant" olması sonucu değiştirmez. Bunların tümü "işçi" tanımı içinde değerlendirilmelidir

İşe alıştırma (oryantasyon); işe yeni alınan personelin işe ve işletmeye uyumlaştırılmasını sağlamaktır. Yeni personelin her biri **işe alıştırma** programına alınır, bu programda işletmenin tanımı, personel hakları, iş bilgisi ve tanıştırma gibi, konular bulunur. İşletmede eskiden çalışan personelin daha verimli çalışmasını sağlamak için **personel eğitim** faaliyetleri düzenlenir. İşinde iyi olan ve gelecekte işletmenin önemli pozisyonlarında görevlendirilmesi düşünülen nitelikli personeller için ise ek olarak **personel geliştirme** (güçlendirme) faaliyeti düzenlenir.

İşe alma; işletmede ihtiyaç duyulan personelin iş tanım ve iş gereklerine uygun olarak karşılama faaliyeti olarak işe alma; (1) personel bulma ve (2) personel seçme olarak iki aşamalı bir süreçtir.

İşgören bulma; işletmedeki boş pozisyonların doldurulması için uygun ve nitelikli adayların başvurularını sağlamadır. Burada önemli olan işe en uygun nitelikteki adayların işletmeye başvurmasını sağlamaktır. **İşgören bulma yöntemleri;** (1) kişisel başvurular, (2) gazete ve mesleki dergiler, (3) internette duyurular, (4) İş-Kur, (5) danışmanlık şirketleri, (6) eğitim kurumlarından staj, burs gibi, yollarla nitelikli öğrencileri çekme ve (7) işletmede çalışan personelin tavsiyeleri, olarak sıralanan bu yöntemler iş gören bulmada yoğun olarak kullanılmaktadır.

İşgören devir oranı ise insan kaynaklarını planlamada kullanılan bir araç olarak, işletmede bir dönem içerisinde çeşitli sebeplerle ayrılan personelin yüzde olarak oranını gösterir.

İşgören ihtiyacının tespiti. İnsan kaynakları planlamasında dördüncü aşama işletmede ne kadar personel çalışacağını tahmin edilmesine **personel ihtiyacının tespiti** denir. İşgören ihtiyacının tespitinde, **işgücü envanteri** ve **personel devir oranı** gibi, araçlardan faydalanabileceği gibi,, pazarlama araştırmalarından, satış tahminlerinden ve yöneticilerin geçmiş senelerdeki tecrübelerinden de faydalanarak bulunabilir.

İşgören seçme ise, açık olan iş için başvuran adaylar arasından işin gereklerine en uygun özellikte olanı tercih etmedir. Bu süreç, nitelikli adayların işletmeye açık olan iş için başvurması ile başlar ve kişinin işe alınacağına karar verilmesiyle biter.

İşgören: İşletmede personel de olarak ifade edilen işgören, bir işletmede görev alan herkesi kapsar. Bir işletmede en üst konumda bulunan yöneticiden en alt konumdaki vasıfsız işçilere kadar tüm çalışanları kapsar.

İşgücü envanteri; işletmenin gelecekteki işgücü ihtiyacını sayı ve nitelik olarak belirlemeyi sağlayan araç olarak, işletmenin personel mevcudunu ortaya koyan bilgileri içerir

İşkence (Eziyet): Bir insana maddi veya manevi olarak yapılan fiziki ve psikolojik acı yaşatan aşırı eziyet anlamında kullanılmaktadır.

İşletme bilimi; işletme içi ve işletmeler arası faaliyet ve olaylarla ilgili sebep-sonuç ilişkilerini ele alarak işletmenin hedeflerine etkin ve verimli olarak nasıl ulaşacağını inceleyen bir bilim dalıdır. Diğer bir tanımla **işletme bilimi;** kâr gayesi takip eden kurumların kuruluşu, yönetimi, finansmanı, üretim araçlarının temini, üretilen mal ve hizmetlerin pazarlanması faaliyetlerini inceleyen bir sosyal bilimdir.

İşletme bütçesi; işletmenin önceden belirlenen gayelerine ulaşmak için yapılan rakamlarla ifade edilen ayrıntılı ve kısa süreli (genelde bir sene) bir plandır. Diğer bir tanımla **işletme bütçesi;** önceden tesbit edilen gayelere ulaşabilmek için, işletmenin geleceğe ait bir dönemde takip edeceği siyaset ve yapacağı işleri para ve rakamlarla açıklayan bir belgedir.

İşletme Kültürü -Organizasyon Kültürü-: Bir organizasyonun temel değerlerini ve inançlarıyla bunları çalışanlara ileten sembol, tören ve mitolojilerin tümüdür. Organizasyonun kültürel değerlerinin kaynağı, toplumun inançlarına dayanır. Değerler, iş görenlerin işlem ve eylemlerini nitelendirmeye, değerlendirmeye ve yargılamaya yarayan ölçütlerin kaynağıdır. İnsan, nesne ve olayların organizasyon toplumca ne değerde bulunduğunu organizasyonca geliştirilen kültürel değerler belirler. Organizasyon kültür ile organizasyon iklimi bazen karıştırılır; iklim iş görenlerin davranış ve tutum özelliklerini sergiler ve daha fazla deneysel ve dış gözleme dayanırken, kültür ise daha çok organizasyonun görünen unsurlarını ortaya koyar. Tüketiciler ve dolayısıyla müşteriler kendi istek ve ihtiyaçlarını en iyi ve etkin karşılayan kuruluşları benimserler. İşletmeler açısından müşteri odaklı olmanın temel gereği karar aşamasında müşterilerin etkili katılımını sağlamaktır. Yönetim ve diğer alanlarda organizasyonel bir strateji oluşturulurken müşteri odaklı oluşumun kültür boyutu da unutulmamalıdır. Yani işletme yöneticileri oluşturacakları organizasyon kültürü müşteri odaklı olmalıdır. Günümüz piyasa ekonomisi şartlarında işletmeler varlıklarını devam ettirebilmek için iyi ve etkin bir müşteri ilişkileri geliştirerek müşteri odaklı olmak durumundadırlar. Müşteri odaklı olmayı başarmak işletmenin organizasyon kültürü ile yakından ilgilidir. İşletmede müşteri nasıl kabul ediliyor, nasıl değerlendiriliyor, her halükarda müşteriye bakış açısı nedir gibi, birçok değerlendirme konusu bu konuda oluşan kültüre bağlıdır. İşletmeler diğer işlevlerini yerine getirmenin yanı sıra, bu işlevleri yerine getirmek için uygun organizasyon iklimi ve ileri aşamada bir organizasyon kültürü geliştirmeleri gerekmektedir. **Organizasyon iklimi**, organizasyona kimliğinin kazandıran, görevlilerin davranışlarını etkileyen ve onlar tarafından algılanan, organizasyona hâkim olan özellikler dizisidir. Organizasyon iklimi, çalışanların değerleri ve birbirleriyle olan ilişkileri, çalışma durumları ve birlikte davranış, oranizasyonel gayelere ulaşmada belirleyici faktörlerdir. **Organizasyon kültürü ise** bir organizasyonun temel değerlerini ve inançlarıyla bunları çalışanlara ileten sembol, merasim ve mitolojilerin tümüdür. Organizasyon, iki veya daha fazla insanın, ortak bir gayesi gerçekleştirmek için, davranışlarını biçimsel kurallara göre düzenlediği yapıdır. Organizasyonlar çevreleri ile sürekli ilişki içerisindeyler ve çevreyi etkilerken çevreden de etkilenirler. Her kuruluş kendi içerisinde bir organizasyon kültürüne sahip olur. Kurum kültürü ve işletme kültürü olarak da ifade edilen **organizasyon kültürü**, yeterli ölçüde sağlam çalıştığı düşünülen dış uyum ve iç entegrasyon meseleleriyle başa çıkmayı öğrenen belli bir kişi, grup ve toplum tarafından çoğu kez bilinçsizce türetilen, keşfedilen ve geliştirilen, aktarılan temel varsayımlar, inançlar ve değerler bütünüdür. Sayılan bu; değerler, varsayımlar, normlar, inançlar ve semboller gibi, unsurlar organizasyon kültürünün temel unsurlarıdır. Değerler, iş görenlerin işlem ve faaliyetlerini isimlendirmeye, değerlendirmeye ve yargılamaya yarayan ölçütlerin kaynağıdır. Değerler normlardan daha geniş ve daha somut kavramlardır. **Normlar;** organizasyon kültürü içinde davranışı etkileyen, sosyal sistemi kurumsal yapıya kavuşturan ve güçlendiren unsurlardır. Organizasyon sürecinin organizasyon başarısına katkısının artırılması için teknolojik, sosyal ve ekonomik gelişimin getirdiği değişime bağlı olarak organizasyon geliştirme ve inovasyon çalışmaları yapılmalıdır. **Organizasyon geliştirme**, daha etkili ve katılımlı bir organizasyon kültürü ve iklimi meydana getirerek organizasyonun mesele çözme ve kendini yenileme süreçlerini geliştirmek üzere girişilen uzun süreli çabalaradır. Organizasyonlar karşılaştıkları meseleleri daha hızlı ve etkili mesele çözebilme ve yenileme için organizasyon yapısını sürekli geliştirirler. Başka bir tanımla **organizasyon geliştirme**, organizasyonların yeni teknolojilere, pazarlara, tehlikelere ve değişimin kendi hızına daha etkili ayak uydurabilmeleri için inançlarını tutumlarını, değerlerini ve yapılarını değiştirmeye yönelik karmaşık bir eğitim stratejisidir. Bunları yaparken şekilcilikten uzak, herkesin katılımcı olduğu, misyon ve vizyonun üyeleri tarafından iyice anlaşıldığı ve benimsendiği, çatışmaların bastırıldığı bir organizasyon yapısı oluşturulması bu işlevin görevleridir. / Organizasyon kültürü kuruluş içerisinde paylaşılan inançlar ve değerlerden oluşur ve bu kültürün kaynağını toplumun inançları oluşturur.

İşletme Yönetimi: İşletmenin belirlenen hedefine ulaşabilmesi için işletme içi –personel, makine, teçhizat vb.- ve işletme dışı – pazar, hammadde, yabancı kaynak vb.- unsurları planlama, organize etme, yöneltme, koordine etme ve kontrol etme süreci olarak tanımlanabilir. İşletme yönetimi, işletmeyi belirlenen gayelerine ulaştırmak için tüm faaliyetleri planlamak, organize etme, yöneltmek, koordine etmek ve kontrol etme çabalarına denir. Yönetim literatüründe yönetim ve işletme yönetimi kavramlarını birbirinden ayıran iki temel fark bulunmaktadır. İşletme yönetimini genel yönetimden ayıran ilk fark ortak amacın iktisadi oluşu, ikinci fark ise işletme yönetiminin sosyo-tekniik bir niteliğe sahip olmasıdır. Genel yönetimde ortak gaye kâr değil ve ikinci olarak yönetim sosyal bir bilim dalıdır insan grubunun ortak hedefe dönük faaliyetlerini kapsar.

İşletme yönetimi; işletmenin belirlenen hedefine ulaşabilmesi için işletme içi (personel, makine, teçhizat vb.) ve işletme dışı (pazar, hammadde, yabancı kaynak, zamanı vb.) unsurları planlama, organize etme, yöneltme, koordine etme ve kontrol etme süreci olarak tanımlanır.

İşletme; insanların ihtiyaçlarını karşılamak ve sahibine kâr veya sosyal fayda sağlamak için üretim faktörlerini planlı ve sistemli bir şekilde bir araya getirerek, ekonomik mal ve hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluştur. **İşletme:** İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için üretim faktörlerini uyumlu bir şekilde bir araya getirerek, ekonomik mal ve hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluştur. **Dar anlamda işletme**, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmetleri üretmek ve sahibine kâr sağlamak gayesiyle faaliyet gösteren ekonomik birimdir. Gelişen Sosyo-ekonomik şartlar işletmeleri ekonomik birim olmanın yanında teknik, sosyal ve politik bir birim olma özelliğini de getirmiştir. **1.Ulusal İşletmeler.** Belirli bir ülke sınırları içinde kurulmuş ve sermayeleri o ülke vatandaşlarına veya kamuya ait olan işletmelerdir. Bu işletmelerin faaliyet alanı kurulu bulunduğu ülke sınırları içerisindeydir. **2.Uluslararası İşletmeler.** Belirli bir ülkede kurulu bulunan ve o ülke sınırları dışında başka ülkelerde de faaliyet gösteren işletmelere uluslar arası işletme denilir. Hava yolları, deniz

yolları işletmeleri uluslar arası işletmelerin en belirgin örnekleridir. Uluslar arası işletmeler nispeten yüksek maliyetlerle ürünlerini ve uygulamalarını birden fazla ülkeye göre ayarlarlar. **3.Çokuluslu İşletmeler.** Dünya çapında veya dünyanın büyük bir kısmında faaliyet gösteren ve dünyadaki başka işletmelere ortak olan dev işletmelerdir.

İşlev: İşletmenin sürekliliği için gerekli sayılan ve diğer faaliyet gruplarından açıkça ayırt edilmiş olan faaliyet, faaliyet gruplarına denir.

İşlevsel yönetici; uzmanlaştığı alanının; üretim, pazarlama, satış ve finansman gibi, yalnızca bir organizasyon faaliyetinden sorumlu olan yönetici tipidir.

İşmam-Çağrışım

İşporta: Seyyar satıcı tezgâhı

İşporta: Seyyar satıcı tezgâhı

İşportacı: Yayvan sepet veya bu işi gören, ona benzer araç veya sergi ile gezici olarak ürün satan kişi

İşportacı: Yayvan sepet veya bu işi gören, ona benzer araç veya sergi ile gezici olarak ürün satan kişi

İşsizlik: İşçilerin talep yetersizliği veya piyasadaki aksaklıklardan dolayı üretim sürecinden ayrılması işsizlik veya açık işsizlik olarak tanımlanır. Ekonomide, bilhassa az gelişmiş ülkelerde görünüşte iş sahibi olmasına rağmen üretime katkısının sıfıra yakın olan işçiler de "gizli işsizlik" olarak tanımlanır. **İşsizlik:** İşsiz olma durumu, yalnızlık, tenhalık halidir. Diğer bir ifade ile işsizlik, bir işi olmayan ve çalışmak istediği ve iş aradığı halde iş bulamayan bu kişiye işsiz bu duruma da işsizlik denilmektedir. / İşsizliğin sebepleri; ekonomik krizler, tarım alanında yoğun teknolojinin kullanılması, nüfus artış, özelleştirmelerin yanlış yapılması, organize eksikliği, yabancı kaçak işçiler, bürokrasi, teknolojinin işgücünün yerini alması, sermaye ve dolayısıyla yatırım yetersizliği, eğitim ve istihdam vergisi gibi, sıralanabilir. / İşsizliğin kişisel sonucu; travma, sosyal sonuçları; şiddet, cinayet, gasp, soygun, linç girişimi gibi,, ekonomik sonuçları; gelir azalışı, kayıtdışı ekonomide artış, siyasal sonuçları ise geliri olmayanların yardıma muhtaç olmaları durumlarını ortaya çıkarıyor.

İşten işe uygulamalar(Business To Business =B2B) ; iki işletme arasında yürütülen bir e-iş formatı olarak; birbiriyle önceden tanımlı iş ilişkileri içerisinde olan iki işletmenin, belirli bir iş sürecini e-iş platformuna aktararak ticari faaliyetlerini sürdürmelerini ifade eder. B2B sürecinde her iki kuruluşun sistemleri insan müdahalesine gerek olmadan birbiriyle otomatik olarak konuşur, gerekli olan uyarı, düzeltme, hesaplama vb. aksiyonlar aynı sistem aracılığı ile yapılır.

İştirak: Bir şirketin başka bir şirket sermayesinde ortaklığıdır. İkiye ayrılır; ana şirketin, ortak olduğu şirkette yüzde 50'den fazla oy hakkına sahip olması durumunda "bağlı ortaklık", çoğunluk ana şirkette değil ise "basit anlamda iştiraktir" (bağımsız ortaklık). Genellikle şirketler iyi bir getiri beklentisi veya ana faaliyetlerini ilgilendirdiği için yatırımda iştirak yöntemini tercih eder. **İştirak:** İktisadi devlet teşekküllerinin veya kamu iktisadi kuruluşlarının veya bağlı ortaklıklarının, sermayelerinin en az yüzde onbeşine, en çok yüzde ellisine sahip buldukları anonim şirketlerdir.

İşveren sendikası: İşverenlerin, kendi aralarında yardımlaşma sağlamak ve ortak menfaatlerini savunabilmek gayesiyle kurdukları sendikadır.

İşveren: İşçi istihdam eden veya işgücü kiralayan ve bu sıfatla işgücü sahiplerine karşı sorumlu kişi olarak ifade edilir. Bu kavram bir işletmecilik ve ekonomi kavramı olmaktan ziyade hukuki bir kavramdır.

İthalât- importation- / Dışalım: 1. Bir ülkeye veya herhangi bir yere başka bir ülke veya başka bir yerden alınan mal ve hizmetlerin tümü. 2. Bir ülkeye yabancı ülkelere mal ve hizmet girmesi. Bir ülkedeki özel ve tüzel kişiler tarafından diğer ülkelerde üretilmiş mal ve hizmetlerin satın alınması. Dış ülkelere, çeşitli ticaret-tecim-antlaşmalarına göre mal ve hizmet alma.**İthalât;** bir ülkeye veya herhangi bir yere başka bir ülke veya başka bir yerden alınan mal ve hizmetlerin tamamına denir. İthalat, bir ülkedeki özel ve tüzel kişiler tarafından diğer ülkelerde üretilmiş mal ve hizmetlerin satın alınması, yabancı ülkelere mal ve hizmet girişini ifade eder.

İthalât, bir ülkeye veya herhangi bir yere başka bir ülke veya başka bir yerden alınan mal ve hizmetlerin tamamına denir. Diğer bir ifade ile **ithalat,** bir ülkedeki özel ve tüzel kişiler tarafından diğer ülkelere üretilmiş mal ve hizmetlerin satın alınması, yabancı ülkelere mal ve hizmet girişini ifade eder.

İtibar kapitali; işletmeler müşterisine, çevreye, çalışanlarına ve topluma saygılı kuruluş görüntüsü oluşturmaya çalışması ve bu faaliyetler için yapılan harcamalara verilen isimdir.

İtibar-Ün-Şan

İtibar-ün-şan

İtiraz: Bir müşteri adayının bir satınalma kararını vermeye direnç göstermesidir.

İtme Stratejisi: Dağıtım kanalı üyelerine, aracı kurumlara yönelik olarak yapılan ve onları ürünleri sipariş ederek stoklamaya cesaretlendiren tanıtım, tutundurma, indirim, prim vb. etkinlikleri içeren stratejidir.

İzinli Pazarlama: Tüketicilerin anket, üyelik bilgileri yoluyla kendi izinleri doğrultusunda vermiş oldukları kişisel bilgilerinin kullanılarak ilgi alanları ve ihtiyaçlarına yönelik yapılan pazarlama çalışmalarıdır.

İzolasyon-Yalıtım

İzolasyon-yalıtım

J

Jenerasyon-Nesil-Kuşak

Jenerasyon-nesil-kuşak

Jenerik Ürün (Generic product) : Yalnızca genel ürün sınıfı ile isimlendirilen ürünler.

Jenerik: Film miziği.

John Calvin: Kalvinist Protestanlığın öncüsü.

Joint demand: Bağlı talep.

Jokoben: Tepeden inmece, halka karşı, halk namına devrimci girişimlerde bulunan kimse, seçkin azınlık devrimcisi, dayatmacı.

Joystick: Yönetme okulu.

Just price: Adil fiyat.

K

Kabala öğretisi: Kabala İbranice, dilimize "gelenek" veya "alınan sözlü gelenek" olarak çevrilmiştir. Kabbala, Tevrat inmeden çok daha önceleri Yahudi ruhban sınıfının geliştirdiği bir öğreti olarak, büyü ve şeytani güçlerle bağlantı sanatıdır. Yahudi ruhsal öğretisinin ve felsefesinin batını/iç/ezoterik/gizemli yönünü anlatır. Kabala, kötülüklerle ilgilenmenin yolu ve semboller yoluyla psikolojik dünya üzerinde güç kazanmanın tehlikeli bir sanatı ve büyüye dayalı bir formudur. "Kabala" sözcüğü, 12. veya 13. asırlarda Yahudi felsefesinin mistik düşünce ve uygulamaları olarak kullanılmaya başlandı. Birçok Kabala ekolleri, Hıristiyan dünyasına da uyarlandı, ayrıca başka mistik, teozofik ve ezoterik hareketlere de ışık tuttuğu bilinmektedir. Modern Masonluk, Kabalist esasları muhafaza etmiştir. Bundan başka mason sistemleri, tamimiyle kabalist fikirlere ve ilme dayandırılmaktadır. Kabala, Tevrat'taki yaratılış anlatımından çok farklı bir anlatım içermekte ve Eski Mısır'ın maddenin sürekliliğine dayalı materyalist görüşünü korumaktadır. Eski Mısır'ın materyalist, büyüye dayalı ezoterik öğretilerini devralan Yahudiler, Tevrat'ın bu konudaki yasaklamalarını tamamen göz ardı ederek, diğer putperest kavimlerin büyü ritüellerini de benimsemişler ve böylece Kabala Yahudiliğin içinde, ama Tevrat'a muhalif bir mistik öğreti olarak gelişmiştir.

Kabbala, Tevrat inmeden çok daha önceleri Yahudi ruhban sınıfının geliştirdiği büyü ve şeytani güçlerle bağlantılı Yahudi ruhsal öğretisinin ve felsefesinin batını/iç/ezoterik/gizemli yönünü anlatan bir öğreti ve sanatıdır.

Kabbala, Tevrat inmeden çok daha önceleri Yahudi ruhban sınıfının geliştirdiği büyü ve şeytani güçlerle bağlantılı Yahudi ruhsal öğretisinin ve felsefesinin batını/iç/ezoterik/gizemli yönünü anlatan bir öğreti ve sanatıdır.

Kafile-Katar-Konvoy

Kâfi-Yeterli

Kâğıt Para: Merkez bankalarının banknotları altına çevirmesi yerine kâğıt para ile değiştirilmesi sistemini getirmeleriyle zamanımızda her ülke parasını kendi merkez bankası ile basarak piyasaya sunmaktadırlar.

Kaizen: Belirli bir zaman diliminde müşteri memnuniyetinin artırılması ve rekabet güçlerinin etkilenmesi gayesiyle süreçlere yönelik, çalışan, süreç, zaman ve teknolojiye yavaş yavaş; fakat çok sayıda gelişme sağlamayı ve maliyetlerde bir düşmeyi ifade eden bir kavramdır. Japonca, bir birleşik kelime olan Kaizen'i oluşturan kelimelerde kai değişim, zen ise daha iyi anlamına gelmektedir.

Kaizen: Sürekli iyileştirme kavramını gösterir. Japonca olan bu kavram zamanla biriken küçük ve sürekli gelişmeler dizisidir. Bu gelişme ulusal veya uluslararası standartlara göre izlenebilirliği mümkün olan ve doğruluğu kanıtlanmış ölçü aleti veya tüm çalışanların katılımıyla elde edilir.

Kaizen; müşteri memnuniyetinin artırılması ve rekabette üstün olmak gayesiyle süreçlere yönelik, personel, süreç, zaman ve teknolojiye yavaş yavaş; fakat çok sayıda gelişme sağlamayı ve maliyetlerde bir düşmeyi ifade eden bir kavramdır. Sanayide, Kaizen olarak ifade edilen uygulamalarla, küçük küçük başarılar ve iyileştirmeler işleri mükemmelle ulaştırır. İnovasyon, yeni veya iyileştirilmiş mal, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri ifade eder.

Kalibrasyon (Calibration): ISO 9000 Kalite Güvence Sistemine göre, "Kalibrasyon" bir ölçme cihazının göstergesinin, ölçülen büyüklüğünün gerçek değerinden sapmasını belirlemek ve belgelendirmektir. Ölçme, bir işin, onun için belirlenmiş standartlara uygun olarak yapılıp yapılmadığının, gerekiyorsa yapılacak düzeltme sonuçlarının göstergesidir. Bir başka ifade ile, kalibrasyon-ölçümleme-, biri ulusal standartlara göre izlenebilirliği olan ve doğruluğu belirli iki ölçü aletinin, karşılaştırılarak standart olmayan ölçü aletindeki sapmaların tespiti veya ayar yolu ile ortadan kaldırılmasıdır. **Kalibrasyon,** bir ölçü aletinin doğruluk derecesinin kontrol edilmesi veya ayarlanması işlemi.1. Bir ölçme aletini doğru bir şekilde işlem yapabilmesi için bir veya daha fazla standarda göre kontrol etmek. 2. Bir ölçü cetveline derecelendirme uygulamak. Kalibrasyon; ulusal veya uluslararası standartlara göre izlenebilirliği mümkün olan ve doğruluğu kanıtlanmış ölçü aleti veya cihazlarıyla karşılaştırılarak, standart olmayan ölçü aleti veya cihazlardaki sapmaların belirlenmesi veya ayar yolu ile ortadan kaldırılmasıdır.

Kaliforniya Sendromu Belirtileri: 1. Hazcılık. 2. Bencilik. 3. Yalnızlık. 4. Mutsuzluk.

Kalite Belgelerinin Gayeleri: İşletmeleri 'sürekli geliştirme' konusunda teşvik etmek, kalite konusunda kaydettikleri ve ulaştıkları aşamaları tescil etmek, müşteri tatminine katkı sağlama, kuruluşun piyasada iyi bir imaj sahibi haline gelmek şeklinde sıralanabilmektedir. / Kalite serbest piyasanın gereği olarak günümüz işletmeleri açısından olmazsa olmaz bir özellik haline gelmiş ve bunun için bazı harcamalara katlanarak kaliteyi sağlamaya çalışırlar. Serbest rekabet piyasası kaliteyi sürekli önemli hale getirmekte ve işletmelerde buna uymak durumundadır. İşletmelerde kaliteyi yerleştirmek belirli çaba ve belirli bir maliyeti gerektirir. İşletmeler kalitenin getireceği pek çok avantajı göz önünde bulundurarak kalitenin yükleyeceği maliyetlere katlanır. tirmek gerekmektedir. Bunun için; ürün ve hizmetler geliştirilmelidir, maliyetler ve fiyatlar istikrarlı ve rekabetçi olarak düşmelidir, müşterilere cevap verme geliştirilmelidir ve müşteri taleplerini karşılamada esneklik artmalıdır. / Günümüz işletmelerinin yürüttükleri satış ve pazarlama faaliyetlerinde kaliteye yönelik etkin tutumların oluşturulması, geliştirilmesi ve uygulanması başarı için bir zorunluluktur. Bu açıdan bakıldığında, kaliteye yönelik üç önemli tutumdan söz edilebilir; 1. Geliştirilen faaliyetler daima süreçlerin bir parçası olarak görülmelidir. 2. Tüm süreçlerin, görevlerin ve etkinliğin ölçümleri müşteri odaklı

olmalıdır. **3.** Faaliyetleri tamamlama zamanının kısaltılması zorunludur. / Satış ve pazarlama ile kalite arasındaki bağlantı; satış öncesi, satış anında ve satış sonrası olarak üç aşamada değerlendirilir./ Kalite ölçülerine özen gösterilmeden yapılan üretim faaliyetleri sonucu oluşan riskler hem işletmeyi, hem de müşteriye olumsuz etkilemektedir. Hatalı mal veya hizmetlerin sonucunda ortaya çıkan etkenlere **kalitesizlik riskleri** denilmektedir. /

Kalite Fonksiyonu Açınımı (KFA): Quality Function Deployment: (QFD) Müşteri ihtiyaçlarını, araştırma geliştirmeden ürün geliştirmeye, mühendislikten pazarlama/satış ve dağıtımına kadar her aşamada işletme ihtiyaçlarına dönüştüren bir mühendislik tekniği.

Kalite Güvencesi- Quality Guarantee: Mal ve hizmetlerin kalite standartlarına göre üretilmesi sonucu müşteri beklentilerini karşılayarak müşteri güveni sağlaması için yapılan sistematik çalışmalardır. Kalite Güvencesi: “Mal veya hizmetin kalite için belirlenen istekleri karşılamak gayesiyle yeterli güveni sağlaması için gereken, planlı ve sistematik faaliyetlerin bütünü” (ISO 8402, ISO 9000) Kalite Güvencesi, kalite yönetiminin, kalite şartlarının karşılanacağı konusunda güvence sağlamaya yönelik kısımdır. Kalite Güvencesi, mal ve hizmetin kalite açısından yeterli güveni sağlayabilmesi için gerekli olan planlı ve sistematik faaliyetler bütünüdür. **Kalite Güvencesi:** Kalite yönetiminin, kalite şartlarının karşılanacağı konusunda güvence sağlamaya yönelik kısımdır. Müşteriler, işletmelerden kaliteli ürün ürettiği oldukları güvencesini somut olarak vermelerini istemelerinden hareketle bu durum geleneksel kalite kontrol anlayışının terk edilerek, tüm işletme birimlerinin kalite sağlama sistemlerini kurmalarını ve belgelemelerini gerekli kılmaktadır. TS - ISO 9000 serisi standartlar bu güvenceyi verecek sistemin yapılandırılmasında kullanılan bir kılavuzdur.

Kalite Kontrol Çemberleri; işletmede kalite ile ilgili hataların ve meselelerin belirlenerek bunların çözümü gayesiyle kurulan, işletme personelinden oluşan çalışma gruplarıdır. **Kalite Çemberleri -Quality Circles-:** Kalite çemberleri veya kalite kontrol çemberleri, toplam kalite kontrolü kavramını bütünleyen bir katılım yönetimi, yönetime katılan küçük çalışma grupları, bir takım çalışmasını niteler. / Japonya’da Jishu Kanri (jishu=kendi, kanri= yönetim, denetim) olarak nitelendirilen bu guruplar, “kendi kendini yöneten çalışma kümeleri” olarak adlandırılabilir. Oluşturulan kümeler, gerçek veya potansiyel iş meselelerini belirlemek ve analiz etmek, yönetime çözüm önerileri sunmak veya çözümlerini kendileri gerçekleştirmek üzere haftada bir kez düzenli olarak toplanan aynı atölyeden küçük ve gönüllü çalışma gruplarıdır.

Kalite Kontrol: Quality control: İşletmede müşteri memnuniyetini tam olarak sağlayabilmek gayesiyle, işletme bünyesinde oluşturulan veya görevlendirilen çeşitli gruplar tarafından, ürün kalitesinin ölçülmesinde ve sürdürülmesinde kullanılan araç ve yöntemlerdir. **Kalite kontrolü,** ürünün kalite özelliklerinin istenenlerle karşılaştırılarak sapmalar varsa düzeltici faaliyetlerin başlatılmasını sağlayan üretim yönetimi işlevidir. **Kalite kontrol,** kalite isteklerini sağlamak için kullanılan uygulama teknikleri ve faaliyetleridir. **İstatistiksel kalite Kontrolü;** veri toplamak, analiz etmek, yorumlamak ve çözüm teknikleri geliştirmek üzere istatistik metodlarının kalite problemlerine uygulanmasıdır. **Kalite Kontrolü:** Ürünün kalite özelliklerinin istenenlerle karşılaştırılarak sapmalar varsa düzeltici faaliyetlerin başlatılmasını sağlayan üretim yönetimi işlevidir. **Kalite Kontrolü:** Ürünün kalite niteliklerinin istenenlerle karşılaştırılarak sapmalar varsa düzeltici faaliyetlerin başlatılmasını sağlayan üretim yönetimi işlevidir.

Kalite Kültürü: Quality Culture: hedeflenen kalite düzeyine ulaşmak ve ulaşılan kalite düzeyinin devamlılığını sağlamak gayesiyle yapılan kaliteyle ilgili denetim çalışmalarıdır. **Kalite Kontrolü;** Dış çevre faktörlerine ve iç faaliyetlerine yönelik olarak yeteneklerini geliştirmek isteyen organizasyonların, kalite ile ilişkili değerlerini, kolektif ve paylaşılmış bir öğrenme süreci içerisinde tanımlamaları.

Kalite Maliyeti (Kalitesizliğin Maliyeti): “Meydana gelebilecek hataları önlemek gayesiyle yürütülen faaliyetler, planlı kalite muayeneleri ve ürünün üretim esnasında veya müşteriye teslimden sonra görülen hataların sonucunda ortaya çıkan maliyetler” olarak tarif edilmektedir.

Kalite Maliyeti (Kalitesizliğin Maliyeti): “Meydana gelebilecek hataları önlemek gayesiyle yürütülen faaliyetler, planlı kalite muayeneleri ve ürünün üretim esnasında veya müşteriye teslimden sonra görülen hataların sonucunda ortaya çıkan maliyetler” olarak tarif edilmektedir. İşletmelerin kaliteye önem vermelerinin birçok sebebinden birisi kalitesizliğin işletmeye büyük maliyetler yüklemesidir. **Kalite Maliyeti:** Quality Costs: Kalite sisteminin tasarımı, uygulanması, operasyonu ve korunması maliyetleri; organizasyonun sürekli iyileştirme sürecine ayrılan kaynaklarının maliyeti ve sistem, mal ve hizmet başarısızlıklarının maliyetlerinden oluşan maliyetlerdir.

Kalite Politikası: Quality Policy: Bir kuruluşta üst yönetimce kaliteye ulaşmak için resmi olarak belirlenen kalite gaye ve yöndür.

Kalite Sistemi Quality System: Kalite yönetiminin uygulaması için gerekli kuruluş yapısı, sorumluluklar, prosedürler, prosesler ve kaynaklardan oluşan sistemdir. Kalite yönetiminin uygulanabilmesi için gerekli olan kuruluş yapısı, sorumluluklar, prosedürler-izlek-, prosesler ve kaynaklardır.

Kalite Yönetim Sistemi: Kuruluşların etkinliğini sağlayan ve sürekli iyileştirme çalışmalarını destekleyen bir sistem olarak işletmede üretimin girdi, işlem ve çıktı aşamalarında yapılan kalite yönetimi faaliyetlerinden oluşur. **Kalite Yönetim Sistemi:** Müşteri isteklerinin sürekli olarak karşılanmasını öngören Kalite Güvence Sistemini de kapsayan, bir yönetim sistemidir. / **Kalite Yönetim Sistemi:** Müşteri isteklerinin sürekli olarak karşılanmasını öngören Kalite Güvence Sistemini de kapsayan, bir yönetim sistemidir. Kalite Yönetim Sistemi kuruluşların etkinliğini sağlayan ve sürekli iyileştirme çalışmalarını destekleyen bir sistemdir. Kalite Yönetim Sistemi işletmede üretimin girdi, işlem ve çıktı aşamalarında yapılan kalite yönetimi faaliyetlerinden oluşur. Kalite yönetiminde başarılı olabilmek için işletmelerde kalite sisteminin kurulması gerekir. **Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality**

Management); müşterinin mevcut ve gelecekteki beklentilerinin tam ve ekonomik olarak ve zamanında karşılanması için çalışanların katılımı ile tüm faaliyetlerin sürekli geliştirilmesini ve iyileştirilmesini öngören bir yönetim yaklaşımıdır. **Toplam Kalite Yönetimi**; bir mal veya hizmetin kalitesinin; insan odaklı yaklaşım, çalışanların tam katılım, üst yönetimin liderliği, rekabet odaklı sürekli iyileştirme çalışmalarıyla sağlanabileceğini öngören bir yönetim modelidir. TKY, kalite kavramının geldiği son aşama olarak hayatın tüm alanlarında kaliteyi hedefleyen bir yönetim felsefesidir. Diğer bir tanımla TKY, bir kuruluş içinde kaliteyi odak alan kuruluşun bütün üyelerinin, katılımına dayanan, müşteri memnuniyeti yoluyla, uzun vadeli başarıyı hedefleyen ve kuruluşun bütün üyelerine ve topluma fayda sağlayan yönetim yaklaşımıdır. TKY' ni kısaca "mükemmelliğe sistemli bir yaklaşımdır" diye tanımlayabiliriz. Toplam Kalite Yönetimi, nihai ürün kontrolü yerine, prosesi-süreç-; yani, ürünün ortaya çıkış sürecini iyileştirmeyi hedefleyen bir yaklaşımdır.

Kalite Yönetim Sistemi: Müşteri isteklerinin sürekli olarak karşılanmasını öngören Kalite Güvence Sistemini de kapsayan, bir yönetim sistemi olarak, kuruluşların etkinliğini sağlayan ve sürekli iyileştirme çalışmalarını destekleyen bir sistem olarak işletmede üretimin girdi, işlem ve çıktı aşamalarında yapılan kalite yönetimi faaliyetlerinden oluşur.

Kalite Yönetimi Quality Management: İşletmenin genel yönetim fonksiyonunun, kalite planlaması, stratejik planlama, kaynakların tahsisi ve işletilmesi, değerlendirilmesi, kalite politikası gibi, kalite için yapılan sistematik faaliyetlerini belirleyen ve uygulayan bölümüdür.

Kalite; istenen şartlara ilk defasında, zamanında, her defasında uymaktır. Diğer bir tanımla **kalite**; "Bir ürün veya hizmetin belirlenen ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin tümü" dür (ISO 9000). İnsan sağlık ve emniyetinin, hayvan ve bitki varlığının ve çevrenin korunması veya tüketicinin doğru bilgilendirilmesi gibi, kriterler göz önüne alınarak yapılan bir tarifile **kalite**; bir mal veya hizmetin var olan veya olabilecek ihtiyaçları karşılama yeteneğine dayanan özelliklerinin toplamıdır.

Kalitesizliğin Maliyeti: Meydana gelebilecek hataları önlemek gayesiyle yürütülen faaliyetler, planlı kalite muayeneleri ve ürünün üretim esnasında veya müşteriye teslimden sonra görülen hataların sonucunda ortaya çıkan maliyetler" olarak tarif edilmektedir.

Kalitesizlik Riski: Hatalı mal veya hizmetlerin sonucunda ortaya çıkan etkenlere denir.

Kalkınma -Development: Belli bir ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyinden derece olarak daha iyi sayılabilecek duruma ulaşma; tüm hayat alanlarında var olandan daha farklı ve ileri olduğu düşünülen bir yapılanmaya dönüş sürecidir. **Kalkınma**, ekonomide üretim ve kişi başına gelirin artırılmasına ilave olarak, sosyal ve kültürel yapının da değiştirilmesi ve yenileştirilmesini de içeren bir kavramdır. **Büyüme**: Ekonomik hayatın temel verilerinde (işgücü, doğal kaynaklar, üretim araç-gereçleri) niteliğinin iyileşmesi, verimliliğin artması, eskisinden daha rasyonel organizasyonlara gidilmesi gibi, sebeplerle kişi başına, bir sene diğerine daha yüksek bir reel gelir sağlayacak şekilde sürekli artması. Kişi başına düşen üretim hacminde (milli gelirden) bir sene içinde meydana gelen artış. **Ekonomik Büyüme**: Bir ekonomik yapının nicelik ve nitelik olarak gelişmesidir. **Ekonomik Büyüme**: Bir ülkede, belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam tutarındaki artışı ifade eder. **Ekonomik Gelişme**: Bir ülkede belirli bir dönemde üretimdeki artış ile birlikte, ekonomideki olumlu yapısal değişimi, yani üretilen mal ve hizmetlerin kalitesinin de yükselmesini ifade eder. **Ekonomik Gelişme**: Ekonominin fiziki büyümesinin ötesinde yetenek, bilgi ve anlayışın olumlu değişimidir. **Hizmet sektöründe büyüme**; bir ülkede belirli bir dönemde üretilen hizmetlerin toplam tutarlarındaki artışı ifade eder. **Hizmet sektöründe gelişme** ise bir ülkede belirli bir dönemde hizmet üretim miktarındaki artışla birlikte sektördeki olumlu yapısal değişimi yani üretilen hizmetlerin kalitesinin de yükseltilmesini ifade eder. /Kalkınma, sadece üretimin ve kişi başına gelirin artırılması demek olmayıp, az gelişmiş bir toplumda iktisadi ve sosyal ve kültürel yapının da değiştirilmesi, yenileştirilmesini ifade eder. Kişi başına düşen milli gelirin artması yanında, genel olarak üretim faktörlerinin etkinlik ve miktarlarının değişmesi, sanayi kesiminin milli gelir ve ihracat içindeki payının artması gibi, yapı özelliklerindeki değişiklikler, kalkınmanın temel unsurlarını ifade eder.

Kalkınma; belli bir ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyinden derece olarak daha iyi sayılabilecek duruma ulaşma; tüm hayat alanlarında var olandan daha farklı ve ileri olduğu düşünülen bir yapılanmaya dönüş sürecidir.

Kalkınmakta Öncelikli Yörelere (KÖY): Geri kalmış yörelere kalkınmasını sağlamak ve iç göçün önüne geçmek için hazırlanan projedir. 15 Nisan 2000 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan yeni düzenleme ile "Birinci Derecede Kalkınmada Öncelikli Yöre" statüsü verilen il sayısı 22'den 59'a yükseldi.

Kambiyo Mevzuatı: Para veya para yerine geçen belgelerin değiştirilmelerine özgü olan işlemlerde uygulanacak her türlü kanuni düzenlemeleri içerir.

Kambiyo: Para veya para yerine geçen belgelerin değiştirilmelerine özgü olan işlemlerdir. Para alım ve satımı ile ilgili işlemleri kapsar.

Kamu Gelirleri: Devletin kamu harcamalarını karşılamak gayesiyle vergi, harç, resim, para cezaları, mülk-teşebbüs gelirleri, borçlanmalar, yardım-bağış, devalüasyondan (kur ayarlaması) doğan fark gibi, gelirlerden oluşur.

Kamu Giderleri: Geniş anlamda, devlet ve diğer kamu kuruluşlarının bütçe ödemeleri ile Kamu İktisadi Teşebbüsler (KİT), sosyal sigorta ödemeleri, vergi muafık ve istisnaları ve özel kişilere yapılan teşvikleri de içerir. Dar anlamda da kamu hizmetlerinin bedeli olarak, devlet ve diğer kamu tüzelkişilerinin (belediye, il özel idaresi gibi,) yaptıkları ödemelerdir.

Kamu İktisadi Kuruluşları (KİK): Sermayesinin tamamı devlete ait olan ve tekel niteliğindeki ürünler ile temel mal ve hizmet üretmek ve pazarlamak üzere kanunla kurulan, kamu hizmeti niteliği ağır basan kamu iktisadi

teşebbüsleridir. T.C. Devlet Demiryolları Gn. Md., Devlet Hava Meydanları İşletmeleri Gn. Md., T.C. Posta İşletmeleri Gn. Md. **Müessese:** Sermayesinin tamamı bir iktisadi devlet teşekkülüne veya kamu iktisadi kuruluşuna ait olup, ona bağlı işletme veya işletmeler topluluğudur. **Bağlı Ortaklık:** Sermayesinin yüzde ellisinden fazlası iktisadi devlet teşekkülüne veya kamu iktisadi kuruluşuna ait olan işletme veya işletmeler topluluğundan oluşan anonim şirketlerdir. **İştirak:** İktisadi devlet teşekküllerinin veya kamu iktisadi kuruluşlarının veya bağlı ortaklıklarının, sermayelerinin en az yüzde onbeşine, en çok yüzde ellisine sahip buldukları anonim şirketlerdir.

Kamu iktisadi teşebbüsleri (KİT'ler): Ekonomik faaliyette bulunmak üzere devlet veya başka bir kamu kuruluşu tarafından yalnız veya ortaklık yolu ile oluşturulan, sermayesinin tamamı veya çoğunluğu devlet veya diğer kamu kuruluşlarına ait bulunan, doğrudan doğruya veya dolaylı şekilde devlet tarafından kontrol edilen ve ürettikleri mal ve hizmetlerden faydalanabilmek için karşılık ödenmesi gereken iktisadi işletmelerdir. KİT lerin bir kısmı mümkün olduğu ölçüde fırsat eşitliğine, tam rekabet şartlarına ve özel hukuk kurallarına göre faaliyette bulunmak ve böylece özel sektör girişimciliğine öncülük ve yol göstericilik görevini yerine getirmek üzere kurulmuşlardır. Türkiye'de kamu iktisadi teşebbüsleri 1983 senesinde 60 sayılı KHK ve 2929 sayılı kanunla uyumlu olarak KİT'ler; (1)İktisadi Devlet Teşekkülleri (İDT) ve (2)Kamu İktisadi Kuruluşları (KİK) olarak iki ana grupta düzenlenmiştir.

Kamu İktisadi Teşebbüsleri: Kamu teşebbüsü; sermayesinin tamamına veya yarısından fazlasına sahip olarak veya diğer yollarla, devletin ve/veya diğer kamu tüzel kişilerinin yönetimine, yönetim organları vasıtasıyla hâkim olduğu teşebbüs olarak tanımlanabilir. Kamu İktisadi Teşebbüsü (KİT) kavramı, gerek konuyla ilgilenen kişi ve kuruluşlar tarafından, gerekse mevzuatta farklı anlamlarda kullanılmakta olup bir tanıma göre KİT'ler; ekonomik faaliyette bulunmak üzere devlet veya başka bir kamu kuruluşu tarafından yalnız veya ortaklık yolu ile oluşturulan, sermayesinin tamamı veya çoğunluğu devlet veya diğer kamu kuruluşlarına ait bulunan, doğrudan doğruya veya dolaylı şekilde devlet tarafından denetlenen ve ürettikleri mal ve hizmetlerden faydalanabilmek için karşılık ödenmesi gereken iktisadi işletmelerdir. / KİT lerin bir kısmı mümkün olduğu ölçüde fırsat eşitliğine, tam rekabet şartlarına ve özel hukuk kurallarına göre faaliyette bulunmak ve böylece özel sektör girişimciliğine öncülük ve yol göstericilik görevini yerine getirmek üzere kurulmuşlardır.

Kanaat ekonomisi uygulamaları ile ilgili örnekler bize halk (folklor) biliminde önemli örnekleri mevcuttur. **Halk bilimi;** bir ülkede veya bölgede yaşayan halkın kültür ürünlerini, sözlü edebiyatını, örf ve adetlerini, inançlarını, mutfağını, müziğini, oyunlarını, halk hekimliğini inceleyerek bunların birbirleriyle ilişkilerini belirten, kaynak, gelişme, yayılma, değişim, etkileşim vb. meselelerini çözmeye, sonuç, kural, teori ve kanunları bulmaya çalışan bilim dalıdır. Sürekli büyüme, çok üretip ve çok tüketme yerine; çevre ile uyumlu, insanın mutluluğunu esas alan, ekosistemi gözetken yeni bir anlayış olan Kanaat Ekonomisine ihtiyaç var. Bunun için öncelikle tüketim kalıplarının yeniden dizayn edilmesi gerekir. "Bütün ağaçların kesildiğinde, bütün hayvanlar avlandığında, bütün sular kirlendiğinde, işte o zaman paranın yenilebilir bir şey olmadığını anlayacaksınız (Kızılderili Sözü).**2. Sosyalist Ekonomi Sistemi:** Serbest piyasa sistemine karşı bir antitez olarak onun eksiklerinden hareketle ferdi ve toplumsal refahı gerçekleştirmeye yönelik oluşturulan iktisadi bir sistemdir. Totaliter Müdahaleci Sistem veya Kolektivist sistem olarak da ifade edilen Sosyalist Sistem'de üretim kaynakları olan tabiat, sermaye, emek toplum adına devletin mülkiyetinde (kolektif) bulunmaktadır. Bu kaynaklar, toplum adına, devlet tarafından kullanılır ve üretimde kâr değil toplumsal fayda ön plana alınır. Fiyat mekanizmasının anonim ve objektif yol göstericiliği yerine merkezi planlamanın subjektif otoriter kararları alır ve yapılan planlar da esneklikten mahrumdur. Sosyalist ekonomi sistemi, temel iktisadi faaliyetlerin devlet tarafından yürütüldüğü, mülkiyet ve teşebbüs hürriyetinin olmadığı veya çok sınırlı tutulduğu, üretim araçlarının devletin idaresi altında olduğu, yatırım, üretim ve tüketimin merkezi planlama ile yürütüldüğü bir sistemdir. Hangi ürünün ne miktarda ve nasıl üretileceği, kimlere ne miktarda ve nasıl dağıtılacağı devletin veya onun kurduğu merkezi planlama otoritelerinin karar verdiği ekonomik bir sistemdir. Sosyalist sistemin en büyük kurucu ve uygulayıcılarından olan Sovyet Rusya 1990'lardan sonra liberalizme geçiş sürecini başlattı ve günümüzde bu süreci tamamladığı söylenebilir. Günümüzde halen Küba sosyalist sistemi değişik şekillerde uygulamaktadır.**3. Karma Ekonomi Sistemi:** Günümüz ekonomileri serbest piyasa sistemi ve totaliter müdahaleci sistemden birine az, diğerine çok veya her ikisine de nispeten aynı ölçüde yer veren birer karakter taşımaktadırlar. Karma ekonomi sistemi, kapitalist sistemin evrimle ulaştığı aşama olarak görülür ve diğer iki sistemin aksine doktriner çerçevesi belirsizdir. Serbest ve sosyalist sistemlerin aksayan yanlarını bırakıp, iyi işleyen taraflarını alarak daha iyi bir iktisadi organizasyon oluşturma düşüncesinden doğmuştur. Karma ekonomik sistem, bir ihtiyaç sonu ortaya çıkan ve her yerde geçerli, kabul görmüş, standart kuralları olmayan ve uygulamada çok değişik görünüm alan ve temelde ilmi değil siyasi bir olaydır. Karma ekonomi, hükümetin bazı iktisadi etkinliklerde bulunduğu veya bu etkinliklerin işleyişine müdahale ettiği, diğer bir ifade ile piyasa ekonomisi ile sosyalist ekonominin bir arada bulunduğu iktisadi sistemdir. Karma ekonomi, milli ekonomi içinde devletin, sahip olduğu üretim faktörlerinin temel önem taşımaya karşılık, özel ekonominin gelişmesinde yol gösterici olduğu; ferdi mülkiyet, özgürlük ve demokrasinin vazgeçilmez bulunduğu ülkelerdeki devletin ekonomik müdahaleciliğini ifade eder. Karma ekonomik sistem Türkiye'de 1929 Dünya Büyük Ekonomik Buhan'ından sonra 1950 senesinde çok partili demokratik sisteme geçilene kadar uygulanmış, 1950-1980 senelerinde serbest piyasa sistemine geçiş ve 1980 sonrası bu sürecin hızlandığı görülmektedir. Çin 1990'lardan sonra uyguladığı ekonomik sisteme bakıldığında karma ekonomik yapıya çok yakın olduğu görülür. İşletmeler, içinde buldukları bu ekonomik sistem içinde üretim, pazarlama ve tüketim faaliyetlerini gerçekleştirecek olmalarından dolayı ekonomi siyasetini yakından takip ederek, bu siyaset ışığında etkin yönetimlerini sağlayarak varlıklarını devam ettirirler.

Kanaat Ekonomisi: Arayışlar insan merkezli bir ekonomik anlayışın benimsenmesi ve sıfır faizle oluşturulacak sistemin dünya ekonomisini düzlüğe çıkaracağı yönünde gelişmektedir. Bu noktada **Kanaat Ekonomisi** tüm bu kör döngüye çözüm olacaktır. Tarım toplumunun ekonomisi olan kanaat ekonomisini kurmanın yolu ahlaktan geçer. Materyalist ekonomik anlayışların getirdiği krizden ve isterik bir madde bağımlılığında günümüz insanını kurtaracak yegâne program , "kanaat anlayışı"na sahip olarak oluşturulan kanaat ekonomisi modelidir. **Kanaat;** ancak ihtiyacı kadar bir şeyi üreten ve tüketen, dünyadaki her nesne üzerinde diğer insanların hakkı olduğunu düşünerek onu sahiplenen bir hak ve manevi anlayışıdır. Bu anlayış, sadece eşyaya dönük olmayan, insan ilişkilerinde, konuşmada, davranışlarda, üzüntü ve sevinçte ölçülü olmayı gerektiren bir hayat sisteminin; maddeye ve tüketime ait yanındır. Kanaat anlayış ve kültürü, hayatın birçok yönünü tehlike ve felaketlerden koruyarak; şuurlu, ölçülü ve sade bir hayatın getireceği mutlu bir dünyanın kurulmasına yol açacaktır. Çünkü materyalizme dayalı ekonomik anlayışlar; israfa dayalı, kandırmacı, sömürücü ve acımasız, insanın ruh dünyasını bozan bir ekonomik anlayış; iktisadi ve ticari hayatı büyük risklerle karşı karşıya getirmiş ve büyük ölçüde sıkıntıya sokmuştur. Abartılı ve gösterişle reklam ve sınırsız üretim ve tüketim anlayışı ile insanları tatat getiremeyecekleri bir tüketime doğru sürüklemektedirler. Kanaat ekonomisi uygulamaları ile ilgili örnekler bize halk (folklor) biliminde önemli örnekleri mevcuttur. **Halk bilimi;** bir ülkede veya bölgede yaşayan halkın kültür ürünlerini, sözlü edebiyatını, örf ve adetlerini, inançlarını, mutfağını, müziğini, oyunlarını, halk hekimliğini inceleyerek bunların birbirleriyle ilişkilerini belirten, kaynak, gelişme, yayılma, değişim, etkileşim vb. meselelerini çözmeye, sonuç, kural, teori ve kanunları bulmaya çalışan bilim dalıdır. Sürekli büyüme, çok üretip ve çok tüketme yerine; çevre ile uyumlu, insanın mutluluğunu esas alan, ekosistemi gözeten yeni bir anlayış olan Kanaat Ekonomisine ihtiyaç var. Bunun için öncelikle tüketim kalıplarının yeniden dizayn edilmesi gerekir. "Bütün ağaçların kesildiğinde, bütün hayvanlar avlandığında, bütün sular kirlendiğinde, işte o zaman paranın yenilebilir bir şey olmadığını anlayacaksınız (Kızılderili Sözü).

Kanaat; ancak ihtiyacı kadar bir şeyi üreten ve tüketen, dünyadaki her nesne üzerinde diğer insanların hakkı olduğunu düşünerek onu sahiplenen bir hak ve manevi anlayışıdır.

Kanban Sistemi -Kanban System-/Tam Zamanında: Üretim ortamında malzeme hareketlerinin kontrolü aracılığıyla kullanılan bir çizelgeleme yaklaşımıdır. Kanban sisteminin en belirgin özelliği ise, alışılmış itme sistemleri'nin yerine tam karşısı olan çekme sistemi ilkelerini içermesidir. Hangi mamulden ne zaman ve ne miktarda üretim yapılacağını sadece son aşamanın bilmesi, bu aşamanın önceki aşamalardan sadece kendine gereken parçaları çekmesini ve bu sürecin üretim hattı boyunca geriye doğru devam etmesini sağlayacaktır. Bu sistemde, hangi parçadan ne miktarda üretileceği "kanban" ismi verilen kartlar üzerinde belirtilmiştir. Kanbanlar daima üretim akışına ters yönde, ancak fiziki birimlerle birlikte, sondan başa doğru hareket ederek üretim aşamalarını birbirine bağlar.

Kapalı Cevap: Yüzyüze görüşme yapılan kişilere sözlü olarak sorulabilen veya düzenlenen bir ankete katılanlara, birden fazla seçenekler sunan ve deneğin kendi durumuna en yakın karşılığı seçmesini sağlayan, sıralı veya tekli cevaplar.

Kapasite - Capacity: Bir işletmenin belli bir süre içerisinde üretim faktörlerini rasyonel şekilde kullanarak meydana getireceği azami üretim miktarıdır. Bir işletmenin, bir tesisin veya bir makinenin belirli bir zaman süresi içindeki üretim gücüdür. **Kapasite,** bir işletmenin elindeki üretim faktörlerini en akılcı ve etkin şekilde kullanarak, belirli bir zaman dilimi içinde yapabileceği üretim miktarıdır. Bir mal veya hizmetin üretim gücünü gösteren kapasite, verim derecesi olarak da tanımlanabilir.

Kapasite: Potansiyel Kapasite; bir işletmenin belli bir süre içerisinde üretim faktörlerini rasyonel şekilde kullanarak üretebileceği azami üretim miktarı olarak ifade edilir. Diğer bir ifade ile **kapasite;** bir işletmenin, bir tesisin veya bir makinenin belirli bir zaman süresi içindeki üretim gücüdür.

Kapasite-Potansiyel

Kapitalist Sistem: Üretim araçlarının sahipliğinin ve denetiminin kârını ençoklamak amacındaki özel kesimin elinde olduğu, özel mülkiyet, girişim serbestliği, seçim serbestliği, iktisadi rasyonellik, sınırlı devlet ve serbest rekabete dayalı iktisadi ve sosyal sistemdir. / **Kapitalist sistem;** Stalin'in tanımladığı beş toplum şekline biri olup, üretim araçları mülkiyetinin kapitalist sınıfın elinde olduğu, ücretli emeğe dayalı toplumdur. Kapitalizm, insanın gücünü son noktasına kadar kullanmaya çalışır.

Kapitalizm: Anamalcılık: Anamala dayanan ve kâr gayesi güden üretim düzeni, sermayecilik. **Kapitalizm,** üretim araçlarının anamalcı sınıf üyelerinin iyeliği altında olduğu toplumsal düzendir. **Kapitalizm:** Anamalcılık: Anamala dayanan ve kâr gayesi güden üretim düzeni, sermayeciliği ifade eder. **Kapitalizm,** üretim araçlarının anamalcı sınıf üyelerinin iyeliği altında olduğu toplumsal düzendir. **Kapitalizm:** Sınırlı olarak şahsi teşebbüse ve mülkiyete müsaade eden, kazanç (kar), rekabet ve rasyonellik ilkesine dayanan, genelde çok değişik özellikler arz eden ekonomik yapıya sahip rejimdir. Günümüzde kapitalizm, çok değişik düşünce ve uygulamalara sahne olmuştur. Kapitalizm sistemi içinde bile ileri sürülen tezlerle karşı anti-tez veya nazariyeler teşekkül etmiş ve değişik şekillerde ortaya çıktığı görülmüştür. Kapitalizm özel mülkiyet ve serbest pazarı öngörürken devlet yapılanmasını da liberal demokratik bir rejim organize edilmesini kurmaya ve kollamaya yönelmiştir. **Kapitalizm,** her türlü iktisadi faaliyetlerin kişilerin serbest teşebbüsüne ve fertler arasındaki serbest sözleşmelere bırakıldığı, üretim, tüketim, bölüşüm ve mübadeleyi ayarlama ve düzenleme işinin serbest piyasalara ve bu piyasalardaki fiyat mekanizmasına bırakıldığı iktisadi sistemdir. Piyasa ekonomisi, liberal düşünce akımının öngördüğü bir ekonomik düzeni yansıtır ve toplumda tabii bir dengenin varlığını kabul eder. Her insan kendi menfaatini maksimuma ulaştırmaya çalışan, akılcı, bilinçli, haz, elem, hesabı yapar '**homo-economicus**' dur. Arzı talebin düzenlediği bu sistemde, herkes kendi menfaatini maksimize etmeye çalışırken, toplum menfaatine de hizmet etmiş olur ve dolayısıyla fert menfaatleri ile

toplum menfaatleri arasında çatışma yoktur. "**Bırakınız yapınlar, bırakınız geçsinler**" sloganı bu felsefenin temelini oluşturur. **Duygusal Kapitalizm:** Psikolojinin ticari istismar aracı haline getirilmesidir. Duyguların pazarlanabilir hale getirilmesi.

Kapitülasyon: Bir ülkenin zararına olarak başka ülke vatandaşlarına verilen ekonomik, idari, ticari vb. hak ve ayrıcalıklardır. Kelimenin kökeni Latince caput (baş) sözcüğünden baş eğmek, teslim anlaşması yapmak anlamlarını taşır. Osmanlı devletinin verdiği kapitülasyonlar (imtiyazlar) ekonomik yapının bozulması sonucu aşırı borçlanması ile "Düyün-u Umumiye İdaresi" gibi dış müdahalelere açık hale getirmiştir. **Düyün-u Umumiye** (Düyün-u Umumiye-i Osmaniye Varidat-ı Muhassasa İdaresi); 1881-1939 seneleri arasında Osmanlı Devleti'nin dış borçlarını yöneten kurumdur. İlk dış borç, 1854 Kırım Savaşından sonra alındı. Osmanlı Devleti, Sultan İkinci Abdülhamid Han zamanına geldiğinde, ağır dış borçlar altında bulunuyordu. Düyün-ı Umûmiye, devlet içinde devlet olan ikinci bir maliye gibi, olmasına rağmen dış borçların ödenmesi için gerekli görülmüş. Birçok gelirin Düyün-ı Umûmiyeye bırakılması devleti büyük sıkıntılara da maruz bırakmıştır.

Kâr Gayesi Gütmeyen Kuruluşlar -Non-Profit Organisations (NPO): **Kâr gütmeyen kuruluşlar**, maddi bir gelir veya kâr elde etmek gayesiyle kurulmamış olan ve bundan dolayı da net gelirinin tamamı veya bir kısmı üyelerine, mütevellilerine, çalışanlarına veya herhangi bir özel şahsa dağıtılmayan kuruluşlardır. **Diğer bir tanıma göre KGK**, mal ve hizmet üretmek gayesiyle kurulan kanuni veya sosyal varlıklardır. Ancak, bunların statüleri; kurdukları, kontrol ettikleri veya finanse ettikleri kuruluşların, kendilerinin gelir, kâr veya diğer finansal kazanç kaynağı olmasına izin vermemektedir. Başka bir tanımda ise **KGK**, kısaca, özel sektörde kurulu olan, fakat (sağlık, eğitim, kültürel, sosyal refah artışı ve temel hakların geliştirilmesi gibi,) birtakım kamusal gayeleri olan kuruluşları ifade etmektedir.

Kâr Marjı -Mark-Up: Bir işletmenin sene içindeki satışlarının toplam değeri ile maliyetleri arasında oluşan fark. Marj Yüzdesi = $100 \times [(Satışlar - Toplam Maliyet) / Toplam Maliyet]$

Kâr Oranı-Mark-up rate: Bir işletme tarafından üretilen ürün maliyetlerinin bir yüzdesi olarak elde edilen kazançlar.

Kâr Transferi: Türkiye'de yatırım yapmış olan yabancıların söz konusu yatırımlardan elde ettikleri gelirlerin yurtdışındaki şirketlerine aktarmasıdır.

Kâr; bir işletmenin belirli bir dönemde elde ettiği gelirler ile bu gelirleri elde etmek için katlanmak durumunda olduğu giderler arasındaki olumlu fark olarak tanımlanır. Diğer bir tarif ile **kâr;** işletmenin mal ve hizmetlerinin pazarda satılmasından elde edilen gelirden, vergiler dâhil bütün masrafların çıkarılmasıyla bulunan olumlu farktır.

Kara Cuma: İMKB'de manipülasyonla gelir elde edildiği 2 Temmuz 1999 Cuma günü kamuoyunda "Kara Cuma" olarak adlandırıldı. Süreç şöyle gelişti; 30 Haziran'da İbrahim Kurban Teftiş Kurulu Başkanlığı'na atanacağı basına yansıdı. IMF Türkiye Masası Şefi Cottarelli'nin Türkiye'deki basın toplantısında 'mali konsolidasyondan' (pekiştirme) söz ettiği dakikalarda IMF'nin para yardımı geliyor manipülasyonu ile hisse senetlerinde yapay değer artışı sağlandı. Bazı aracı kurumlar İMKB'de satışa geçti. Haberin manipülasyon (hile) olduğu anlaşılınca da borsa düşüşe geçerek, en yüksekle en düşük nokta arasındaki kayıp birkaç milyar dolara ulaşacaktı. Basında bazı köşe yazarları ANAP Başkanı Mesut Yılmaz'ı manipülasyona kaynak göstermişti.

Kara Delik: /Prof. Dr. Ali Kemal Yakut evrende tesadüflere yer olmadığını belirtti. Kara delikler konusuna dikkat çeken Yakut, kara deliklerin yuttukları her şeyi başka bir âleme aktardığını söyledi. Büyük patlamada ancak hidrojen ve helyum oluşabileceğini, kesinlikle demir oluşamayacağını belirten Yakut, "Yani demir dünyanın elementi değildir. Ama dünyada çok büyük oranda demir var. Mademki var o zaman demir nereden gelmiştir? Buyurun Hadid Sûresi 25'ci ayet: 'Size demiri indirdik'. Demir diye başlı başına sûre var. O yüzden metafizikle ilmi ayıramazsınız." dedi. Dünyadaki manyetik alanın demirin çarpmasıyla olduğunu bildiren Yakut, bu sayede insanların yönünü bulduğunu aktardı. /**KARA DELİK, İÇİNE GİRENLERİ BAŞKA BİR ÂLEME AKTARIYOR** /Güneşin çekim gücüyle Sedna gezegenini kendine bağladığını söyleyen Kemal Yakut, "Kara delikler ise güneşten 2 milyon kat daha fazla çekim gücüne sahip. Peki, bu kara delik her şeyi içine çekiyor, yutuyor mu? Yutuyor ve başka bir âleme aktarıyor. Hakkında hiçbir deney yok. Çünkü ona girenin bu âlemde işi bitiyor, başka bir âleme aktarılıyor." şeklinde konuştu. Kara delikten üfürüldüğünde kıyametin kopacağını iddia eden Yakut, "Güneş sisteminin kara deliğe en yakın geçiş tarihini veriyorum; 21 Aralık 2012. Güneş sistemi bu tavaf hareketini 21 bin 516 senede bir tamamlıyor. Bu tarihte 21 Aralık'ta doluyor." ifadesini kullandı. Bu olayı çok öncelerden Mayaların bildiğini anlatan Prof. Dr. Yakut, onlara Zülkarneyn Peygamberin öğrettiğini vurguladı. Yakut ayrıca Mayaların yaklaşık 22 bin senede bir güneşin bir doğudan bir de batıdan doğduğunu tesbit ettiklerini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: "Şu anda doğudan doğuyor. Bundan sonraki süreçte göreceksiniz yoğun bir şekilde depremler olacak. Dünya çapında yanardağ patlamaları olacak. Çünkü dünyanın merkezindeki demir emiliyor. Bu da dünyanın çekim alanına girdiğini gösterir." Bu demir emilimi dolayısıyla dünyanın ekseninin kaymış durumda olduğu bilgisini veren Yakut, bu olay sebebi ile artık kutupsal bölgelerde yön bulunamaz duruma gelineceğini söyledi. Bu yüzden Sibiry'a da birkaç tane havalimanı kapatıldığını da ekleyen Yakut, "Dünya'daki tüm manyetik elementler özellikle demir içeren tüm varlıklar hızla çekilmektedir. Yani manyetik kutup değişimi başlamış ve Dünya'nın manyetik eksenini Alaska'dan Sibiry'a kadar kaymış bulunmaktadır. Toplu kuş, balık, yarasa ölümleri GPS ile ilgilidir. Çünkü hayvanlar yanlış koordinata gittikleri için ölüyorlar." şeklinde bilgi verdi. **Dünyanın Eğimi:** Şu ana kadar bilim adamları, dünyanın eğimini 23 derece 27 dakika olarak öğretiler, oysa bu negatif değer, esas olan gerçek olan pozitif değer; 66 derece 33 dakikadır.

Kâra Katılım (ücret) Sistemi: Üretimin teşviki ve işletme içinde sosyal barışı sağlama gayesine dönük olarak, işverenin anlayışına bağlı olarak gerçekleştirilen, ücretlerin yanı sıra işverenin işçilere net kârdan bir bölümünü dağıtması.

Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİB): Karadeniz Ekonomik İşbirliği fikri, 1980'li senelerin sonunda Doğu Avrupa Ülkeleri ve Sovyetler Birliği'ndeki değişim sürecinin hızlandığı bir dönemde doğmuştur. Türkiye, Rusya, Gürcistan, Azerbaycan, Ermenistan, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya ve Ukrayna gibi, ülkeler tarafından üye ülkelerin ekonomik ilişkilerini geliştirmek için kurulmuştur.

Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİB): Türkiye, Rusya, Gürcistan, Azerbaycan, Ermenistan, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya, Ukrayna gibi, ülkeler tarafından kurulmuştur. Gayesi üye ülkelerin ekonomik ilişkilerini geliştirmektir.

Karapara; kanun dışı yollardan elde edilen para ve para yerine geçen her türlü kazançtır. Uluslararası literatüre göre kayıt dışı olan ekonomik faaliyetler **kara para** ismiyle değil, **gri para** olarak isimlendirilmektedir.

Karar Ağacı-Decision Tree: Bir işletme yönetimi tarafından tercihlerin, risklerin, kazançların, hedeflerin tanımlanmasında yardımcı olabilen ve birçok önemli yatırım alanlarında uygulanabilen, birbirini izleyen şansa bağlı olaylarla ilgili olarak çıkan çeşitli karar noktalarını incelemek için kullanılan bir teknik.

Karar Birimi-Decision Making Units: Veri Zarflama Analizi yönteminde, birtakım girdileri birtakım çıktılara dönüştürmekten sorumlu işletme veya ekonomik kuruluşlar. Bu tanıma, şirketler, organizasyonlar, şirket içerisindeki departmanlar, hükümet programları, hatta şehirler dahil edilebilmektedirler.

Karar verme; meseleyi çözecek alması (alternatif) çözümler arasından en uygununun seçilmesi faaliyetidir. Diğer bir ifade ile **karar verme;** bir kişinin, bir yöneticinin veya bir organizasyonun birkaç seçenek arasından bir tanesini tercih edeceği bir seçme faaliyetidir.

Karar; bir kişinin, bir yöneticinin veya bir organizasyonun birkaç seçenek arasından bir tanesini tercih edeceği bir seçme faaliyetidir. Planlama olmadan kararlar verilebilir, fakat karar vermeden planlama yapılamaz. Bir kararın plan niteliği taşıması için gayeye ulaştırılacak araç ve imkânların seçimini, belirlemesini ve kullanılan yol, şekil ve zamanı gibi, hususların ilmi olarak ve ayrıntılarıyla belirlenmeleri gerekmektedir.

Kardinal Fayda-Cardinal Utility: Malların kişilerin ihtiyaçlarını tatmin etme özelliğini ifade eden faydanın ölçülebileceğini süren iktisatçılar grubu tarafından geliştirilen teoriler.

Karekod: Ürün kimlik numarası.

Karekod-Ürün kimlik numarası.

Kariyer Danışmanlığı: Organizasyon bünyesinde kişiye uygun bir iş seçimi konusunda yardımcı olmak, daha iyi bir işe geçmesini sağlamak, kariyer ilerlemesini kolaylaştırabilecek tecrübeleri kazanmak ile ilgili çok yönlü problemleri çözmeye dönük hizmetler sunumudur. Kariyer danışmanlığı, mevcut meslek imkânları ile öğretim ve eğitim imkânlarından faydalanmak suretiyle kişilerin kariyer gelişimlerinde yardımcı olmayı hedefleyen planlı bir hizmet sunumunu ifade eder.

Kariyer Geliştirme: Kişilerin her birinin kendine münhasır mesele, tema ve görevler bütünü ile ayrılacak aşamalar serisi boyunca sürekli kendilerini duygu ve entelektüel yeteneklerde geliştirme işlemidir.

Kariyer Geliştirme-Career Development-: Kişilerin her birinin kendine özgü mesele, tema ve görevler bütünü ile ayrılacak aşamalar serisi boyunca sürekli kendilerini geliştirme işlemidir. Başka bir tanıma göre ise, **kariyer geliştirme**, genelde daha iyi iş yapmak için ihtiyaç duyulan duygusal ve entelektüel yeteneklerde genişleme ile ilgilidir. Kariyer ile ilgili diğer bir konu ise son zamanlarda önem arzeden kariyer danışmanlığıdır. **Kariyer danışmanlığı**, kariyer danışmanlığı, mevcut meslek imkânları ile eğitim ve öğretim imkânlarından faydalanmak suretiyle kişilerin kariyer gelişimlerinde yardımcı olmayı hedefleyen planlı bir müdahale olarak ifade edilmektedir. Kariyer danışmanlığı, organizasyon bünyesinde kişiye uygun bir iş seçimi konusunda yardımcı olmak, daha iyi bir işe geçmesini sağlamak, kariyer ilerlemesini kolaylaştırabilecek tecrübeleri kazanmak ile ilgili çok yönlü problemleri çözmeye dönük hizmetler sunmaktır.

Kariyer Planlama: Bir çalışanın sahip olduğu bilgi, yetenek, beceri ve teşviklerin geliştirilmesiyle, çalışmakta olduğu organizasyon içindeki ilerleyişinin ve yükselmesinin planlanmasıdır.

Kariyer Planlama-Career Planning: İş görenin sahip olduğu bilgi, yetenek, beceri ve güdülerin geliştirilmesiyle, çalışmakta olduğu organizasyon içindeki ilerleyişinin veya daha somut olarak yükselmesinin planlanması olarak ifade edilir.

Kariyer Yönetimi: Çalışanların yetenek ve ilgilerini analiz etmelerine yardımcı olmak ve kariyer geliştirme faaliyetlerini planlama, organize etme, yöneltme, koordine etme ve kontrol etmektir.

Kariyer: Seçilen bir iş yolunda seneler içerisinde ilerleme, tecrübe ve yetenek kazanması ve bunun neticesinde daha çok gelir elde etme, daha fazla sorumluluk, saygınlık, güç ve prestij elde etmektir.

Kariyer-Career: Kariyer genel anlamda hayat boyu bir uğraş olurken, kişiye özgü yönüyle, ilerleme ve yükselme beklentisi ile genç yaşlarla girilen ve ilke olarak emekliliğe kadar sürdürülen bir faaliyet olarak ifade edilir. / Kariyer ile ilgili konular hem çalışanlar ve hem de işletmeler açısından üzerinde durulması gereken önemli bir konu haline gelmiştir. Kariyer ve kariyer yönetimi; kariyer planlaması, kariyer geliştirmesi ve kariyer danışmanlığı olarak farklı konuları aşağıda ele alınmaktadır.

Karizma-Ruhi kuvvet-Fazilet-Etkili özel güç

Karizma-ruhi kuvvet-fazilet-etkili özel güç

Kârlılık Oranı-Profitability Ratio: Belirli bir dönem sonunda elde edilebilen kârın bu dönem boyunca kullanılan sermaye değerinin toplamına bölünmesiyle hesaplanabilen oranlamadır TL/TL oranı söz konusudur ve birimsiz bir büyüklük elde edilir. Oranlamalara konu edilen değerlere göre kârlılık ölçümleri de çeşitlenmektedir. Kârın öz sermaye tutarına bölünmesiyle, malî kârlılık oranı veya öz sermaye kârlılığı oranı bulunur. Kârın toplam sermayeye bölünmesiyle bulunan oran ise **Toplam Sermaye Kârlılığı** (veya ekonomik kârlılık, aktif kârlılığı, varlıkların getirisi oranı) nın oranını verir.

Kârlılık Profitaility, Rentabilite: Toplam gelirler ve toplam maliyetler arasında kurulan bir sonuç ilişkisidir. Yani, işletmenin belirli bir dönemde elde ettiği kârın o dönemde işletmede kullanılan sermayeye oranıdır. İşletmeler kârlılık analizlerini, brüt satış, işletme faaliyet, dönem veya net dönem kârı birimlerinden biri veya birkaçı üzerinden gerçekleştirilebilir. Mesela; mali kârlılık oranını, net kâr/öz sermaye x 100; satış kârlılığını brüt (net) kâr/satışlar x 100 veya işletme kârı/katma değer x 100 matematiksel eşitlikleriyle yapabilmektedir.

Kârlılık; belirli bir zaman diliminde faaliyetlerden elde edilen toplam net kârın, o zaman diliminde ortaya çıkan toplam üretim maliyetine oranı olarak tanımlanır.

Karma Ekonomi: Özel kesimin yanında kamu kesiminin de yer aldığı ekonomik düzendir. Yani, karma ekonomi, hükümetin bazı iktisadi etkinliklerde bulunduğu veya bu etkinliklerin işleyişine müdahale ettiği, diğer bir deyişle piyasa ekonomisi ile güdümlü ekonominin bir arada bulunduğu iktisadi sistemdir.

Karşılıklı Planlama-Interactive Planning: İşletmelerde, katılım, süreklilik ve bütünlük ilkelerinden yola çıkarak hedeflenen gelecek için çalışılması.

Karşın-Rağmen

Karşın-rağmen

Karteller: Benzer mal ve hizmetleri üreten işletmelerin, bir pazar üzerinde tekel durumlarını korumak ve aralarındaki rekabetin olumsuz etkilerini azaltmak gayesiyle birleşmeleridir. Bu anlaşma sonucu anlaşma yapan işletmeler hukuki bağımsızlıklarını korurlar ve birleşmeleri geçicidir. Anlaşan işletmeler anlaştıkları konularda ortak, diğer alanlarda serbest hareket ederler. Kartelleri tröstlerden ayıran temel fark, bağımsızlıklarını kaybetmemeleri ve birleşmenin geçici nitelikte olmasıdır. Kartele giren işletmeler, ortak bir fiyat ve üretim siyasetini kabullenmek zorundadır. Fiyat karteli, satış - üretim karteli, bölge karteli, kota karteli, müşteri kartelleri gibi, örnekleri vardır. Karteller tüketici aleyhine fiyatları yükseltir, verimli ve etkin olmayan işletmelerin yaşamasını sağlar ve ucuz ve kaliteli üretim usullerinin uygulanmasını önleyerek büyük zararlar verir.

Kategori: Segment, bölüm, sınıf, grup, zümre, bölüm.

Kategori-Sınıf-Grup-Zümre-Bölüm-Segment

Katar-Kafile-Konvoy

Katılım bankacılığı: Mali piyasada (finans sektöründe) faaliyet yürüten; tasarruf sahiplerinden topladığı fonları faizsiz finansman ve kâr zarar ortaklığı kaideleri dâhilinde reel ekonomiyi finanse eden ve bankacılık hizmetleri sunan kuruluşlardır.

Katılım bankacılığı; kuruluşu, gayesi, fon toplama, fon kullandırma ve bankacılık hizmetleri bakımından faizden kaçınan ve İslam hukuku prensiplerine uygun davranmayı ilke edinen bankacılığa verilen genel isimdir. Katılım Bankacılığı ismi, katılma hesaplarında banka ile hesap sahiplerinin kâr ve zarara birlikte katılma prensibinden hareketle verilmiştir. Katılım bankacılığı esasında İslam ekonomisi yapısına ait esaslarla çalışır. Türkiye uygulamasında katılım bankaları, Bankacılık Kanunu'na tabidir. Bu durum katılım bankacılığına güven sağlayıcı olmasının yanında birçok problemi de beraberinde getirmektedir. Diğer yandan katılım bankalarının fıkıh danışmanlarının kendi özel seçtikleri kişiler olmaması gerekir ve bu konular için Malezya ve Körfez ülkelerinde olduğu gibi, "Meşruyet Kurulu" benzeri bir yapı oluşturulması güvenilirliği artıracaktır. Türkiye İslami yatırım türünde dünyada önemli bir noktaya konumlanmasında Borsa İstanbul'un önemli bir yeri bulunmaktadır.

Katılım-Participation: Bir organizasyondaki tüm çalışanların, meselelerin çözümüne, süreçlerin geliştirilmesine ve hedeflere ulaşılması için stratejik açıklığın kapatılmasına zihinsel gücünü katarak etkileşim halinde gerçekleştirilen etkinlikler bütünü.

Katma Bütçeli İşletmeler: Giderleri özel gelirleri ile karşılanan ve genel bütçe dışında yürütülen kamu kuruluşlarına katma bütçeli işletmeler denir. Devlet Üretim Çiftlikleri, Karayolları, Köy Hizmetleri, Devlet Su İşleri gibi,

Katma Değer -Value Added: Bir firmanın oluşturduğu refahı ölçer ve satışlardan, satın alınan mal ve hizmetlerin maliyetinin çıkarılması ile belirlenir. **Kısacası katma değer,** firmanın brüt çıktısını değil, net çıktısını ölçer. Katma değer, iş görenler için maaş ve ücretler, borç için faizler, vergi ve kâr payları, dağıtılmayan kârlar ve yatırım için amortismanlar şeklinde oluşturulmasına katkıda bulunanlara geri ödenir.

Kavram: Herhangi bir nesne veya olayın temel unsur ve özelliklerini kapsayan soyut bir tasarımdır. Bir nesnenin veya düşüncenin zihindeki soyut ve genel tasarımı, mefhum, fehva, konsept, nosyon, **Sözcük:** Anlamı olan ses veya ses birliğidir. Belli bir gaye için bir birim olarak düşünülmesi uygun düşen bir damga dizgisi. **Tanım:** Bir kavramın veya bir nesnenin sınırlanması, belirlenmesi; kavramın içeriğini kuran belirtilerin gösterilmesi; bir kavramın veya bir sözcüğün anlamının belirtilmesidir.

Kavram: Herhangi bir nesne veya olayın temel unsur ve özelliklerini kapsayan soyut bir tasarımdır. Bir nesnenin veya düşüncenin zihindeki soyut ve genel tasarımı, mefhum, fehva, konsept, nosyon,

Kavram-Mefhum

Kavram-Mefhum.

Kaydı Para (banka parası): Ödeme işlemlerinde kullanılan banka mevduatıdır. Kişiler paralarını vadesiz mevduat hesaplarına yatırarak, ödemelerini çekle, kredi kartıyla veya virman yoluyla yapmaktadırlar. Kaydı para kullanımı, nakit para taşımak ve nakit ödemekten daha kolaydır.

Kayıma: Aile, akrabalık bağları gibi, maddi olmayan etkileme araçlarını kullanarak, kamu görevlilerinin, bazı kişilere kamu işlemlerinde ayrıcalık tanınmasıdır.

Kayıt dışı ekonomi, devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen/geçirilemeyen ve bu sebeple kontrol edilemeyen ekonomik faaliyetlerdir. Kayıt dışı ekonominin, mal ve hizmet üretimine konu olmasına karşılık ekonominin geleneksel kriter yöntemleriyle tamamıyla tespit edilemeyen ve GSMH hesaplamalarına yansımaya alanları kapsadığı kabul edilir.

Kayıt Dışı Ekonomi: Devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen/geçirilemeyen ve bu sebeple denetlenemeyen faaliyetler olarak tanımlanabilir. Enformel ekonomi, illegal ekonomi, gayri resmi ekonomi, gizli ekonomi diye de adlandırılır. Genel olarak kayıt dışı ekonominin, mal ve hizmet üretimine konu olmasına karşılık ekonominin geleneksel ölçüm yöntemleriyle bütünüyle tespit edilemeyen ve GSMH hesaplamalarına yansımaya alanları kapsadığı kabul edilmektedir. Ülkenin tüm iktisadi faaliyetleri dikkate alındığında tanımın kapsamı daha da farklılaşmaktadır. Genel olarak kayıt dışı ekonomi, GSMH hesaplarını elde etmede kullanılan istatistik yöntemler ile kapsanamayan gelir oluşturucu ekonomi faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanabilir.

Kazanç; satılan bir ürün, yapılan bir iş veya harcanan bir emek karşılığında elde edilen para, getiri, temettü (kâr payı), fayda, menfaat, kâr olarak ifade edilir. İşletmenin diğer gayelerini gerçekleştirmelerinin yolu kâr etmekten geçer.

Kefalet: Kefil olmaktır. Borçlunun, borcunu ifa etmemesi halinde, borçtan şahsen sorumlu olunacağına alacaklıya taahhüt edilmesidir.

Kendi Kendine Yönetme / Özyönetim: Bir kişinin davranışlarını, kendisinin geliştirdiği kurallara ve değer yargılarına değerlendirmesi ve bu çerçevede kendisini yönetmesine denir. **Öz yönetim,** hayatın bütün alanlarında yöneten-yönetilen ayrılığını kaldırıp, bilhassa de işletmelerde çalışan işçileri hem işletmenin sahibi hem de yöneticisi durumuna getirerek, katılımcı parlamenter sistemi dolaysız demokrasiye yakınlaştırmak, böylece daha verimli bir iş ortamıyla adil gelir bölüşümü sağlamayı hedefleyen yönetim tarzı olarak ifade edilir. Öz yönetim kişinin davranışlarını kendisinin özdenetime tabi tutmasıdır.

Kentsoylu (Burjuva): Köylü, işçi veya soylu sınıftan olmayan sosyal statüsünü ve gücünü, eğitiminden, işveren konumundan ve zenginliğinden alan üretim araçlarını ellerinde bulunduran ve kendi başına üretim ve kazanç yollarında çalışarak kendine oldukça geniş bir geçim sağlayan kentli kişi.

Kentsoylu (Burjuvazi): Üretim araçlarını ellerinde bulunduranla çıkarları bunlarla birleşenlerin oluşturdukları toplumsal sınıf.

Kesikli Üretim (Parti Üretimi) Discontinuous Production: Benzer veya aynı cinsten ürünlerin belli bir siparişi veya sürekli talebi karşılamak üzere partiler halinde üretildiği üretim sistemidir.

Keynes J.M.: İngiliz ekonomist John Maynard Keynes, 1929 Dünya Bunalımı'nda yetersiz kalan Klasik (Adam Smith) anlayışın tersine devlet müdahalesi ve harcamalarını savundu. Görüşlerini "İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi" başlıklı kitabında topladı. Klasik teorinin kapitalist bunalımların, ekonomideki görünmez el tarafından kendiliğinden çözümleneceği tezine karşı Keynes, bunalımları önleme işlevini devlete yükledi. Günümüz ekonomistlerince Keynes, stagflâsyona (durgun şişkinlik) karşı yetersizlikle eleştiriliyor.

Kısıtlanmamış İş Unrestricted Job: İşçinin çıktısının sadece kendi denetimi altındaki etmenlere bağımlı olduğu iş.

Kısıtlanmamış İş Restricted Job: İşçinin çıktısının sadece kendi denetimi dışındaki sebeplere bağımlı olduğu iş

Kısıtlar Teorisi Theory of Constraints: Potansiyel getirilerin en yüksek olduğu alanlar üzerinde sınırlı zaman ve kaynağa odaklanmanın ana teması olarak, kısıtların belirlenmesini, etkin yönetimini ve ortadan kaldırılmasını vurgulayan bir sistem, yönetim felsefesi. Burada, kısıt, her sistemin amacını gerçekleştirme sürecinde performansını (tüm sistemin çıktısını) sınırlayan herhangi bir şey olarak tanımlanmaktadır.

Kısmi Faktör Verimliliği (Kısmi Verimlilik) Portial Factor Productivity: Üretim faaliyeti sonunda elde edilen çıktının bu üretimde kullanılan girdilerden herhangi birine oranlanmasıyla elde edilen değer. Toplam çıktı miktarı net veya brüt olarak alınır, herhangi bir üretim faktörü ile ilişkilendirildikten sonra elde edilen kısmi verimlilik oranı net veya brüt olarak bir anlam ifade eder. Kısmi Verimlilik, üretim faaliyeti sonunda elde edilen toplam çıktının bu üretimde kullanılan girdilerden herhangi birine oranlanmasıyla hesaplanır. Örneklenecek olursa: Hammadde verimlilik oranı= Brüt üretim değeri (TL)/Hammadde harcamaları (TL) İşgücü verimlilik oranı= Brüt üretim değeri (TL)/İşçi ücretlerinin toplamı (TL)

Kısmi Süreli Çalışma (Yarı Zamanlı Çalışma) Part-Time Work: Normal çalışma sürelerinden az, sürekli ve düzenli olan ve gönüllü olarak yapılan çalışma. (ILO) Esnek çalışmanın en yaygın şekillerinden birisidir. Kısmi süreli çalışmanın normal çalışma süresinden ne kadar az olacağı ülkeden ülkeye değişmektedir.

Kıstas-Ölçü-Mihenk-Mikyas-Kriter

Kıvamlı büyüklük; birim üretim maliyetinin en düşük düzeyde olmasını gerçekleştiren işletme büyüklüğüne denir. İşletmenin üretim gücü kıvamlı büyüklüğün (kıvamlı kapasitenin) altında veya üstünde olabilir. Eğer işletmenin üretim gücü veya kapasitesi ortalama maliyet ile marjinal maliyetin (son birim maliyeti) kesiştiği düzeyde ise, işletmecilikte en çok arzulanan düzeye ulaşılmış olur. Büyüklükleri kıvamlı ölçülerin altında veya üstünde olan işletmeler, daha düşük maliyetle çalışan işletmeler tarafından bertaraf edilme tehlikesiyle karşılaşabilirler. Bunun

için işletmeler üretimlerini artırma imkânlarını araştırarak kıvamlı büyüklüğe ulaşmaya çalışırlar. Bu açıdan istikrarlı bir faaliyet ve kârlılık için işletmelerin kıvamlı bir büyüklükte olması gerekir.

Kıvamlı Kapasite: Optimum (en uygun) kapasite olarak da ifade edilen kıvamlı kapasite; birim başına sabit ve değişken giderler toplamının minimum (en düşük) olduğu kapasitedir. İşletmenin ürettiği mal ve hizmetlerin birim maliyeti, üretim miktarı arttıkça giderek azalır, ancak belirli bir noktadan sonra üretim miktarı arttıkça birim maliyetler yükselmeye başlar, işte, birim maliyetleri en düşük yapan üretim miktarına **kıvamlı kapasite** denilir. Birim üretim maliyetinin en düşük düzeyde olmasını gerçekleştiren işletme büyüklüğüne **kıvamlı büyüklük** denir. İşletmenin kıvamlı kapasitesinin ne olduğu, deneme yanılma yoluyla, zaman içinde değişik üretim düzeylerindeki maliyetleri karşılaştırarak bulunur. İşletmenin üreteceği ürüne talep, normal şartlarda işletmenin üretebileceği miktarın çok üstünde veya çok altında ise işletmede kapasite dengesizliği vardır.

Kıyaslama; konusunda en iyi olmak gayesiyle, kendi süreçleriyle aynı veya benzer nitelikte olan işletme içinde veya dışındaki süreçleri, önceden belirlenmiş bir prosedüre göre inceleyen, o süreçlerdeki uygulamalardan ders almaya çalışan ve bunu kesintisiz olarak yapan bir çalışmadır. Diğer bir tarifile **kıyaslama;** iş mükemmelliği elde etmek için, kuruluş yapısını, işleyiş ve performansını üstün global kuruluşlarla sistematik olarak karşılaştırma sürecidir. Geniş bilgi için benchmarking,a bak.

Kıyaslama-Mukayese

Kızılderili Reis Seattle'nin ABD başkanına 1854 senesinde yazdığı bir mektupta şöyle diyor; “Son ağaç kesildiğinde, son nehir kurduğunda ve son balık avlandığında beyaz adam anlayacak ki para yenilecek bir şey değildir”.

Kinetik enerji; Hareket eden cisimlerin sahip olduğu enerji şekli.

Kişilik; insanın iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer insanlardan ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki şeklidir. Diğer bir tanımla **kişilik;** duygu, düşünce ve faaliyetlerindeki benzerlik ve farklılıkları belirleyen kişiye münhasır özellikler ve eğilimler grubudur. Kişilik; 10000:1=Kişilik, 0=Başarı, 0=Tecrübe, 0=Disiplin, 0=Sevgi. Baştaki 1'siliniirse geriye bir şey kalmaz.

Kişisel İhtiyaç Payı Personel Necessity Ratio: Bir işletmede çalışan işgörenlerin, dinlenme payına kişisel gereksinimleri karşılamak için eklenen pay.

Kişisel Satış (Personal selling): Şirketin satış temsilcisi ile müşteri arasında yüzyüze iletişimi içeren satış artırıcı çabanın boyutu.

Kişisel satış; işletmenin satış temsilcisi ile müşteri arasında yüz yüze iletişimi içeren satış artırıcı çabanın (tutundurmanın) en pahalı elemanıdır.

KİT: Kamu maliyesi içinde önemli bir yer tutan ve kendine has bazı temel özellikleri olan bir kamu faaliyeti türü de Kamu İktisadi Teşebbüsleridir, bilhassa II. Dünya Savaşı'ndan sonra, devletin ekonomik ve sosyal hayata giderek daha çok karışmasının somut yönü, bu teşebbüslerin kurulması ve hızlı bir tempo içinde gelişme göstermesidir. Kendi içinde bu kurumlar ana fonksiyonları itibariyle iki gruba ayrılmaktadırlar. KİT'lerin bir kısmı öncelikli olarak sosyal gaye için kurulmuşlardır. Bu kuruluşlar milli ekonomide ve sosyal hayat içinde gelir dağılımının bölgesel, sektörel, fonksiyonel ve kişisel bakımlarda iyileştirilmesi gayesine öncelik vermekte; kar ve rekabet amacını geri planda tutmaktadırlar. Buna karşılık KİT'lerin bir kısmı ise, mümkün olduğu ölçüde fırsat eşitliğine, tam rekabet şartlarına ve özel hukuk kurallarına göre fâaliyette bulunmak ve böylece özel sektör girişimciliğine öncülük ve yol göstericilik görevini yerine getirmek üzere kurulmuşlardır. Farklı iki gaye için kurulan bu kurumların ortak yönü, ekonomik faaliyette bulunarak kamu hizmeti veya sosyal hizmet görmek olduğundan, bunlar kamu maliyesi inceleme alanı içinde mütalaa edilmektedirler. Ancak, sosyal bilimlerin diğer alanlarında olduğu gibi, KİT'ler alanında da zaman içinde önemli fonksiyon ve yaklaşım değişiklikleri meydana gelmiştir. Nitekim son senelerde devlet fonksiyonlarında meydana gelen değişimlere uygun olarak hemen her ülkede bilhassa ekonomik yönü ağır basan KİT'lerin özel sektöre devri ve özelleştirme girişimleri giderek önem ve yoğunluk kazanmıştır.

Kitle Pazarlama: Bir temel ürün, müşteri kategorileri ve ihtiyaçları ayırım yapmadan büyük miktarlarda pazara sunma stratejisidir.

Klasik Pazarlama / Geleneksel Pazarlama: Satış yönlü pazarlama anlayışında işletmenin, tüketicilerin ilgisini çekmek için önemli bir çaba göstermediği sürece tüketicilerin ya hiç veya yeterince ürün almayacağı varsayılır. Satış anlayışı, “tüketicilerin çok gerekli olmayan şeyleri satın almaya karşı direndikleri, çeşitli satış geliştirme araçlarıyla daha fazla satın almaya karşı ikna edilebilecekleri müşteri çekmek ve tutmak için satış yönlü güçlü bir organizasyon kurulması gerektiği” düşüncelerine dayanır. Klasik veya geleneksel pazarlama olarak da ifade edilen satış yönlü pazarlama anlayışında başlangıç noktası olarak işletme alınır. İşletme önce ürünü üretir sonra satmanın yollarını aramaya başlar. Bu yaklaşımda hedef satış hacmini artırarak kâr elde etmek ve bunu yükseltmektir. Bunun için kullanılan araç yani pazarlama bileşenleri-karması ise ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma ile reklâm ve bilhassa kişisel satış, çıkış noktası ise müşteriler olmayıp işletmenin ürettiği, mevcut ürünlerdir. Bu yaklaşımda firmalar genel olarak malların “satın alındığını” değil “satıldığını” varsayarlar, burada gaye talebi arza buyun eğdirmektir. Klasik veya geleneksel pazarlama anlayışı, ürün ve üretim anlayışlarıyla birlikte katı varsayımlara, ön yargılara ve alışkanlıklara dayalı klasik kafa yapısını temsil eder ve bu anlayış değişime kapalı, hiçbir şeyi umursamaz davranışlar sergiler ve sloganları “ **ister al ister alma, batmamak için sat**” tır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğu sektörlerinde bu anlayış hala vardır. Ancak gelişen dünya şartlarında satış anlayışının uzun süre devam etmesi oldukça güçtür.

Kliring Anlaşması: Dış ticaret kavramı olarak ürün bedellerinin ürünle ödenmesidir.

Know-How: Bir işletmenin, üretim yöntemleri veya teknolojisinin, bir başka firmaya satılması veya kiralanması.

Koçluk: Bir insanın gelişmesine, yeni bir beceri, yetkinlik veya davranış öğrenmesine, kendisi için koyduğu hedeflere ulaşmasına veya bir problemini çözmesine destek olmaktır. Koçluk, ilk olarak 60'lı senelerin sonunda, ABD'de, bütün bir kurumun daha etkin çalışması için çalışan organizasyonun gelişim danışmanlarının yürüttükleri projelerin parçaları olarak, kurumun içindeki liderlerle birebir çalışmalarını ile başladı denebilir.

Komünikasyon-haberleşme

Komünikasyon-Haberleşme

Komünizm: Bütün ürünlerin ortaklaşa kullanıldığı ve özel mülkiyetin olmadığı toplum düzeni, komünistlik. / **Komünizm:** Marx ile Engels'in kurduğu ve siyasal etkinliklere ilişkin düşünceler yanında kendine özgü eğitim kuramlarını da kapsayan felsefe okulu. / **Komünizm:** Bütün insanların eşitliği ve eşit haklılığı ilkesine dayanan; gelecekte, sınıfsız bir toplumda, eşit yaşama şartları içinde "herkese gereksinmesine göre" ilkesini gerçekleştirmeyi erek olarak koyan toplum öğretisi.

Konfirmasyon: Teyit etmek, onaylamak

Konkordato-İflas Anlaşması-: Borçlunun, alacaklılarının üçte ikisiyle anlaşarak borçlarının en az yarısını ödemesi ve kalanını da ödeme planına bağlamasıdır. Ticaret mahkemesinin onayladığı bu anlaşmada alacaklılar, alacaklarının belli bir bölümünden feragat ederler. Vadesi gelmiş borçların vadesinin uzatılması şeklinde de yapılabilir. İflasta olduğu gibi, borçlu hakkındaki icra takibi düşer. İflas sonrasında müflisin tasarruf yetkisi olmamasına rağmen, konkordato (iflas anlaşması) borçlusunun konkordato komiserinin denetiminde tasarruf yetkisi bulunur. Ancak borçlu mallarını rehin veremez, gayrimenkullerini satamaz ve kefil olamaz.

Konsensus-uzlaşma

Konsensüs-Uzlaşma

Konsept-Kavram

Konsept-kavram

Konsorsiyum Yapan İşletmeler: Günümüz ekonomik şartlarının gereği olarak bazı iş ve projeleri işletmeler tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri için birlikte hareket etme ihtiyacı duyarlar. Konsorsiyum yani şirketler birliği sözcüğü, iki veya daha fazla işletmenin belirli bir projenin uygulanması konusunda yaptığı işbirliğini ifade eder. Konsorsiyumu kuran işletmeler, kanuni bağımsızlıklarını kaybetmezler ve oluşturulan birlik hedefine ulaştıktan sonra sona erer. İşletmelerin konsorsiyuma (şirketler birliğine) gitmelerinin gayesi, tek başına yapamayacakları işleri birlikte yapmak, büyük riskleri birlikte paylaşmak veya belirli bir projeyi hidro elektrik santralleri, barajlar gibi, birlikte gerçekleştirmek olabilir. Konsorsiyumlar, genel olarak, finansal gayeli, üretim veya satış gayeli olarak oluşur ve ortak hedefe ulaşıldığında sona ererler.

Konsorsiyum: İki veya daha fazla işletmenin belirli bir projenin uygulanması konusunda yaptığı işbirliğidir. Konsorsiyum yani şirketler birliği sözcüğü, tek yönetim altında toplanmış çeşitli kuruluşları ifade eder. Konsorsiyumu kuran işletmeler, kanuni bağımsızlıklarını kaybetmezler ve oluşturulan birlik hedefine ulaştıktan sonra sona erer. İşletmelerin konsorsiyuma yani şirketler birliğine gitmelerinin gayesi, tek başına yapamayacakları işleri birlikte yapmak, büyük riskleri birlikte paylaşmak veya belirli bir projeyi birlikte gerçekleştirmek olabilir. Konsorsiyumlar, genel olarak, finansal gayeli, üretim veya satış gayeli olarak oluşur ve ortak hedefe ulaşıldığında sona ererler.

Kontrol (denetim) işlevi; organizasyonun gayelerine ulaşip ulaşmadığını veya ne ölçüde ulaştığını araştırmak ve gayelerden sapmalar olduğunda düzeltici tedbirleri alma faaliyetidir. **Kontrol;** arzulanan gayelere ulaşılıp ulaşılmadığını veya hangi ölçüde ulaşıldığını araştırmak, gerekirse düzeltici tedbirleri almaktır.

Kontrol –Auditing-: Hedeflenen bir gayeye varılıp varılmadığını veya hangi ölçüde varılmış olduğunu inceleyerek meseleleri ortaya koyan ve meseleyi oluşturan sebeplerin ortadan kaldırılması gayesiyle yöntem geliştiren veya var olan bir prosüdürlü uygulayarak onu istenilen yöne yöneltmeyi sağlayan bir yöntem, bir davranış. **Kontrol (denetim)** Control, Audit: Bir işletmenin etkinliklerinde sağlanan performansın belirleneceği ölçü birimlerini, gerçekleşen sonuçlar ile hedeflenen sonuçlar arasındaki farkların analizini, düzeltici ve özendirici önlemlerin alınmasını ve bunların etkinliklerinin sürekli olarak izlenmesini içeren süreç. Her kontrol sisteminde dört temel öge vardır. 1. **Kontrolün Konusu:** Performans yönetim sürecinde hedefler ve gayelere göre belirlenmiş sistem sonuçlarıdır (çıktılar). 2. **Kontrol Aracı:** Performans ölçüm sistemidir. 3. **Değerlendirme Gayesi:** Performans ölçümlerinin sonucuna göre süreçte düzeltme ve tedbir alma ihtiyacına dikkat çekmektir. Planlanan ve gerçekleşen performanslar arasında sapmalar varsa sistem kontrol dışına çıkmıştır. Kontrol bu aracı kullanarak sistemi yönetenlere düzeltici bilgi akışı sağlar. 4. **Düzeltilme ve Geliştirme Aracı:** Kontrolün bu ögesi sistemde uygun değişiklikleri yapma görevidir.

Kontrol Süresi -Control Time-: (İş etüdü) Zaman etüdünün başlangıcı ile gözlenen ilk ögenin başlangıcı arasında (gözlem öncesi) ve gözlenen en son ögenin bitişi ile etüdün bitişi arasında (gözlem sonrası) geçen sürelerin toplamı.

Konulandırma- Placement, Situating-: Bir ürün veya işletmenin konumu, o ürün veya işletmenin herhangi bir özelliğinin veya tümünün hedef pazardaki tüketici tarafından rakip ürün veya işletmelere göre algılanma ve tanımlanma şeklidir. Konulandırma: Bir mal veya hizmete karşı insanların kafalarında intiba, imaj, statü gibi, unsurları yerleştirmek olarak ifade edilmektedir.

Konut Kredisi: Finans kurumlarından, bitmiş veya yeni konutlar için faiz karşılığı sağlanan ve belli bir ödeme planı içeren kredilerdir.

Konvansiyon-Anlaşma

Konvansiyon-anlaşma

Konvertibilite: Bir ülke parasının, döviz piyasalarında başka bir ülke parası veya altın, gümüş gibi değerli metallerle serbestçe değiştirilebilmesi ve uluslararası ticari işlemlerde değişim aracı olarak kullanılabilmesidir. Diğer bir ifade ile **konvertibilite**, milli paranın, diğer paralara veya altına hiçbir kısıtlamaya tabi tutulmaksızın çevrilebilmesidir. Milletlerarası ödeme aracı niteliğini taşıyan bu tür paralara da konvertibl döviz adı verilir.

Konvertibilite: Bir ülke parasının, döviz piyasalarında başka bir ülke parası veya altın, gümüş gibi değerli metallerle serbestçe değiştirilebilmesi ve uluslararası ticari işlemlerde değişim aracı olarak kullanılabilmesidir. Diğer bir ifade ile **konvertibilite**, milli paranın, diğer paralara veya altına hiçbir kısıtlamaya tabi tutulmaksızın çevrilebilmesidir. Milletlerarası ödeme aracı niteliğini taşıyan bu tür paralara da konvertibl döviz adı verilir.

Konvertibilite: Ulusal paranın, dış ticaret ihtiyaçlarının karşılanmasında, resmi bir rakamın veya yasanın iznine gerek kalmaksızın bir başka bir ulusal paraya dönüştürülmesi ve uluslararası mübadele aracı olarak kullanılabilmesidir. **Konvertibilite:** Bir ülkenin yerel parasının serbest döviz piyasasında diğer yabancı paralara ve altına dönüşebilme özelliğidir.

Konvoy-Kafile-Katar

Kooperatif; “Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek veya geçimlerine ait ihtiyaçlarını iş gücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak gayesiyle gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklara kooperatif denir.” (1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, Mad.1)

Koordinasyon: Organizasyon üyesi olan üyelerin çabalarını birleştirmek ve zaman açısından uyumlu kılmak, gayeye varmak için iş ve eylemlerin birbiri ardı sıra gelebilmesi ve birbirini tamamlaması için gerekli olan fonksiyondur. **Koordinasyon**, bir işbirliği sistem ve mekanizması olarak bir işletmenin düzenli ve sürekli çalışabilmesi için hedefler, faaliyetler, organlar ve kişiler arasında uyum ve işbirliğinin sağlanmasıdır.

Koordinasyon-Eşgüdüm-Düzenleştirme

Koordinasyon-eşgüdüm-düzenleştirme

Kopmlo teorisi: Kamuoyu tarafından belli bir şekilde algılanmış herhangi bir olay hakkında geliştirilmiş, kamuoyundan saklandığı iddia edilen bilgilerle, gizli bilgilere veya olayın arkasına gizlenen görülmeyen güçlerle ilişkilendirilen alternatif açıklamalara verilen isimdir.

Korumacılık (himayecilik); ithal ürünlere koyulan gümrük vergileri, kısıtlayıcı kotalar ve çeşitli diğer hükümet düzenlemeleri gibi metotlarla ithal ve yerli ürünler arasındaki adil rekabeti sağlamak için devletlerarasındaki ticareti kısıtlayan iktisat politikasıdır.

Koruma-Himaye

Koruyucu Bakım Protective Maintenance: Üretim hatlarında yer alan tezgâhlarda meydana gelebilecek arızaların önlenmesi gayesiyle, üretim planlamaları içerisinde kalınarak gereken tüm ön bakımlarının düzenli olarak gerçekleştirilmesidir.

Koşer Sertifikası (Kosher Certificate)”K”: İsrail’e ihraç edilecek gıda ürünlerinde Musevi dinine uygunluğu belgeleyen “koşer sertifikaları” aranmaktadır. Ürünlerinin Musevi kurallarına göre hazırlandığını göstermekte olup; kalite, hijyen (sağlığa uygunluk) ve güveni simgelemektedir. Bu sertifika Musevi dini mensuplarının yoğun olarak yaşadıkları ülkelere ihracatta da önemli bir unsur olarak görülmektedir. Ürünlerin yöneldiği İsrail pazarlarındaki dindarlık durumuna göre kurallar katılaşabilmektedir. Bazı ürünler için ülkemizdeki Hahambaşılıkça verilen sertifika yeterli olmakla birlikte, dinen kritik konumda olan (bilhassa et-süt ve mamulleri) ürünlere İsrail’deki din otoritelerinin yerinde çalışma yaparak caizlik kazandırması gerekmektedir.

Koşer Sertifikası (Kosher Certificate)”K”: İsrail’e ihraç edilecek gıda ürünlerinde Musevi dinine uygunluğu belgeleyen “koşer sertifikaları” aranmaktadır. Ürünlerinin Musevi kurallarına göre hazırlandığını göstermekte olup; kalite, hijyen ve güveni simgelemektedir. Bu sertifika Musevi dini mensuplarının yoğun olarak yaşadıkları ülkelere ihracatta da önemli bir unsur olarak görülmektedir. Ürünlerin yöneldiği İsrail pazarlarındaki dindarlık durumuna göre kurallar katılaşabilmektedir. Bazı ürünler için ülkemizdeki Hahambaşılıkça verilen sertifika yeterli olmakla birlikte, dinen kritik konumda olan (bilhassa et-süt ve mamulleri) ürünlere İsrail’deki din otoritelerinin yerinde çalışma yaparak caizlik kazandırması gerekmektedir.

Koşul-Şart

Koşul-şart

Kredi: Belirli miktardaki satın alma gücünün, belirli bir süre için ve geri verilmek üzere bir bedel (genellikle faiz) karşılığı gerçek veya tüzelkişilere verilmesidir. **Kredi (Credit) :** Perakendeci, toptancı, banka, finansman kurumu veya diğer kuruluşlar tarafından bir müşterinin kullanımına, tahsis edilmiş bulunan para. Müşteriye ödeme için vade tanıma, açık hesap

Kriter –criteria-: Program aktivitelerinin niteliği ile ilgili yönlerinin karşılaştırma yapılmasına yarayan, önceden belirlenmiş ölçülebilir anlatımlar. Kriterler, ulaşılabilir, anlaşılabilir, gözlenebilir, kısa, geçerli ve güvenilir olmalıdır.

Kritik Olay Analizi Critical Case Analysis: Belirli bir yöntem izlemeden, açık uçlu sorularla herhangi bir olay veya meselenin bir grup çalışan tarafından incelenmesi sonucunda elde edilen bir bilgi toplama yöntemi.

Kriz yönetimi; muhtemel kriz durumuna karşılık, kriz sinyallerinin alınarak, değerlendirilmesi ve organizasyonun krizi en az kayıpla atlatabilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ve uygulanması sürecidir. Bir diğer tanımla **kriz yönetimi;** bir yöneticinin muhtemel tehlike durumlarında kendi gayelerini kabul edilebilir bir maliyetle karşılamaya çalışması sürecidir.

Kriz; işletme içi ve/veya dışı beklenmedik, dikkate alınmayan, tedbir almakta geç kalınan mesele ve tehditlerin, işletme kârlılığını ve/veya sürekliliğini ciddi bir şekilde tehdit altına aldığı anda yöneticilerin durumun farkına varılmasıyla oluşan gerilim durumudur. Diğer bir tanımla **kriz;** bir organizasyonunun rutin sistemini bozan ve aniden ortaya çıkan herhangi bir acil durum olarak tanımlanabilir.

Kriz-Buhran

Kriz-buhran

Kuadratik Programlama Quadratic Programming: Özellikle tarım işletmeleri için en az riskle üretimi sağlayacak üretim dalı kombinasyonlarının belirlenmesi gayesiyle kullanılan yöntemdir.

Kullanıcı Süreci: (Bilgi sistemleri açısından) Bilgi teknolojisi tarafından oluşturulan çıktılarının organizasyon birimleri tarafından kullanılarak, organizasyonun gayelerine etkin bir şekilde ulaşılmasını sağlayan süreç.

Kullanım Değeri Usege Value: Müşterinin belli kalitede ürüne ödemeye hazır olduğu miktardır.

Kullanım Hatası: Eşya ve cihazın, kullanım talimatına uygun kullanamamasından veya işletilmemesinden doğan sonuçtur.

Kurma (Hazırlama) Süresi- Installation Time-: Bir makinenin çalıştırılması için gereken hazırlama zamanı. Bir önceki işle ilgili takımların sökülmesi, makinenin gerekli temizliği ve yeni iş için takımların bağlanması bu süreye dâhildir.

Kurucu Hisse Senedi: Kurucu hisse senetleri, şirket kurucularına veya şirket açısından önem arz eden şahıslara genellikle bedelsiz olarak verilen, oy hakkından yoksun ve sadece temettü hakkı olan bir "adi senet".

Kuruluş Yeri Seçimi: Kurulması düşünülen işletmenin üreteceği mal ve hizmetin talebine göre kapasitesi belirlendikten sonra, sıra, işletmenin kurulacağı yeri seçmeye gelir. İşletmeler, en az maliyetle en yüksek kalitede ürün üreterek maksimum kâr sağlama gayreti içinde olmalarından bu yerin seçiminde temel işletme ilkeleri olan **karlılık, verimlilik, iktisadilik, sosyal sorumluluk ve kalite** gibi, temel etkinlik (performans-başarı) ölçülerini göz önünde bulundururlar. Yanlış seçilen bir kuruluş yeri işletmeyi rakiplere karşı zayıf düşürür ve yapılan hatayı düzeltmek, bu sebeple yeni bir bölgeye taşınmak için büyük giderlere katlanmak gerekeceği için çok dikkatli olunmalıdır.

Kurum İklimi -Organisational Climate-: Bir kuruma kimliğini kazandıran, görevlilerin davranışlarını etkileyen ve onlar tarafından algılanan, kuruma egemen olan özellikler dizisi.

Kurum Kültürü / Organizasyon Kültürü-Organisational Culture -: Yeterli ölçüde sağlam çalıştığı düşünülen dış uyum ve iç entegrasyon meseleleriyle başa çıkmayı öğrenen belli bir kişi, grup ve toplum tarafından çoğu kez bilinçsizce türetilen, keşfedilen ve geliştirilen temel varsayımlar, inançlar ve değerler bütünü.

Kurumsal İletişim -Organisational Communication-: Kurumun gaye ve hedeflerine ulaşması, işleyişini sağlaması için gereken üretim ve yönetim süreci içinde, kurumu oluşturan bölüm ve unsurlar arasında koordinasyonu, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, eğitimi, karar almayı ve kontrolü sağlamak gayesiyle belli kurallar içinde gerçekleşen iletişim sürecidir.

Kurumsal Kaynak Planlaması nning (ERPEnterprise Resource Pla): Bir işletmenin coğrafik olarak farklı bölgelerinde bulunan fabrikalarının, tedarikçi firmalarının ve dağıtım merkezlerinin kaynaklarını eşgüdümlü olarak planlaması. Diğer bir ifadeyle, müşteriye ait siparişin en kısa sürede, istenilen kalite ve maliyette karşılanabilmesi için işletmelere bağlı tüm fabrikaların dağıtım, üretim ve tedarik kaynaklarının kapasite ve özellikleri aynı anda dikkate alınmaktadır.

Kurumsal Yatırımcı: Kişisel yatırımlardan farklı olarak yatırım fonları, yatırım ortaklıkları, sigorta şirketleri, sosyal güvenlik kuruluşları, özel emeklilik fonları, vakıflar, sendikalar ve benzeri kurumlarca yapılan yatırımlardır.

Kuşaklar: Kuşaklar arası başarı farklılıkları ve çatışmalar toplumda her zaman yaşanmaktadır. Geleneksel olarak 60 kuşağı, 70 kuşağı ve 80 kuşağı yerini artık X-Y-Z kuşağına bıraktı. Kuşak farklılıkları geçiş dönemlerindeki tarz değişikliklerini tarif etmek için kullanılırken şimdiki kuşak tamamen karakteristik özellikleri ile ayrılıyor. X-Y-Z kuşakları, aile yapısı, iş hayatları, satın lama ve tüketim gibi, yaşam tarzlarında birbirinden önemli farklılıklar göstermektedir. **X kuşağı;** teknolojiyi ileri yaşlarda öğrenmek durumunda kalan, sabırlı, çalışkan, müteşebbis ve donanımı iyi bir düzeyde olan nesildir. **Y kuşağı;** 1980 sonrası doğan, çocukluğunda teknolojiyi tanıyan, sabırsız, rahatına düşkün, çekingen olmayan, emir almayı sevmeyen, otoriteyi tanımayan, hızlı, tartışmacı olan ve aynı anda birden fazla iş yapan nesildir. **Z kuşağı;** doğrudan teknoloji içinde doğuyor ve teknolojiyi sadece iş hayatının değil tüm hayatının bir parçası olarak gören nesildir.

Kuşku-Şüphe

Kuşku-şüphe

Küçük işletmeler: İşletmede çalışan eleman sayısı, **1-6** kadar olan; bağımsız ve ferdi emek, eğitim, tecrübe, meslek ahlâkına bağlı ve aile fertleri ile birlikte üretime yardımcı olabilen, evi veya evinin bir kısmını iş yeri olarak kullanabilen ve mesai mefhumunun genelde 8 saatin üzerinde olduğu işletmelerdir. Ülke kalkınmasında önemli bir işletme tip olan küçük işletmeler zamanla sermayelerini artırarak orta büyüklükteki işletmelere ve oradan da büyük işletmelere doğru bir seyir izleyebilmektedir. Sanayileşme ile birlikte, işletmelerin büyümesi akımına rağmen, günümüzde hemen her ülkede bir veya birkaç kişinin çalıştığı küçük işletme türünün çokluğu, ekonomik hayatta küçük işletmelerin varlığına ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Günümüz gelişmiş devletlerin sanayileşmelerinde bu tür işletmelerin büyük yeri vardır.

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) Small and Medium Sized Enterprises (SMES): Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) lerin ortak bir tanım ve ölçüt bulunmamaktadır. Ülkeden ülkeye değişmesinin yanı

sıra, aynı ülkede farklı iş kollarında, hatta aynı iş kolunda zaman içinde farklı ölçütler kullanıldığı görülmektedir. En çok kullanılan sayısal ölçüt çalışan işçi sayısıdır. Çeşitli ülkelerde 50'den az veya 10'dan az işçi çalıştıranlar küçük, bu düzeyleri aşp da 100'den, 300'den hatta 500'den az işçi çalıştıranlar da orta ölçekli kabul edilebilmektedir.

Küçülerek Büyüme: Organizasyon yapısıyla birlikte işletme faaliyetlerini de gözden geçirerek, temel kabiliyetlerinin dışında kalan faaliyetleri yerine getiren bölüm ve / veya birimleri kapatması, tüm süreçleri gözden geçirerek verimli ve etkin olarak faaliyette bulunacağı alana çekilerek yeniden şekillenmesi demektir.

Küçülme; işletme yönetiminin bilinçli olarak aldığı kararlar ve uyguladığı stratejiler ile çalışan sayısını, maliyetleri ve iş süreçlerini azaltması olarak; organizasyonun kapasite ve farklılaşma düzeyinde oluşan indirimdir.

Kültür: Bir topluma önceki kuşaklardan gelişerek aktarılan, toplumun üyelerinin çoğunluğunca değerli bulunan insan yapısı tüm varlıkları, faaliyet ve düşünceleri kapsar. **Kültür**, bir topluma önceki kuşaklardan gelişerek aktarılan, toplumun üyelerinin çoğunluğunca değerli bulunan insan yapısı tüm varlıkları, faaliyet ve düşünceleri kapsar. **Kültür**, tarihi, toplumsal gelişme süreci içinde oluşturulan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanını çevresi ile ilişki ölçüsünü gösteren araçların toplamıdır. Kültür, toplumlar arasında önemli değişiklikler gösterebileceği gibi, bir toplumun içindeki değişik gruplar arasında da değişiklikler gösterebilir. Bir toplumdaki çeşitli grupların oluşturdukları kültüre **alt kültür** denmektedir. **Organizasyon kültürü**, bir organizasyonun temel değerlerini ve inançlarıyla bunları çalışanlara ileten sembol, tören ve mitolojilerin tümüdür.

Kümelenme; insan ve sermaye kaynaklarının üretim sürecinde etkin kullanımı için iş yerlerinin bir araya, bir yere toplanmalarını ifade eder. Günümüz işletmeleri etkin ve verimli çalışabilmek için belirli noktalarda bir araya gelme (kümelenme) ihtiyacı duymaktadırlar.

Küresel Isınma: Bütün dünyada sıcaklığın sistematik bir şekilde artması ve sonuçta bir iklim değişikliği oluşması sürecine denilir. Küresel iklim değişikliğini; belirli olmayan zamanlarda meydana gelen hava halleri değişikliği ile karıştırmamak gerekir. Mesela belirsiz zamanlarda veya herhangi bir mevsimde meydana gelen kuraklık veya yaz kuraklığı olan bölgelerde yağışlı yazlar olayı "hava değişikliği" olarak nitelenir yani iklim değişikliği değildir. O sebeple son 10–15 sene içinde, sıcaklığın bütün dünyada sistematik olarak artışı, 1983 senesinden itibaren ölçmelerle belirlenmiştir. Son yüzyılın en sıcak ve en kurak yazları son 8 – 10 sene içinde yaşanmıştır. Sıcaklık ölçümleri ile elde edilen bu sonuçları, bazı buzul erime olayları da desteklemektedir. Mesela;, güney kutbundan şimdiye kadar görülmemiş büyüklükte buzul parçalarının koparak ayrılması, İzlanda Buzul'larının son 30 senede şimdiye kadar görülmeyen bir hızla erimeleri, Himalaya ve Alpler'de cereyan eden buzul erimesi süreçleri gibi, dünya üzerinde yaygın olarak görülen süreçler "**Küresel Isınma**" gerçeğinin delilleridir.

Küresel Loşlaşma: Bacalardan çıkan partiküllerin yani parçacıkların atmosferdeki su buharlarına yapışarak havada asılı kalması ve tabaka haline gelerek güneş ışınlarını engellemesiyle oluşan loşlaşmadır.

Küresel Sorumluluk: Dünya ölçeğinde bilhassa; sulh, güvenlik, iklim, enerji, ekonomi, kültür ve diyalog alanlarında her kişi ve organizasyonun üzerine düşen görevleri yerine getirmesini ifade eder. Global meselelerde sivil toplum organizasyonlarının önem ve sorumluluğu çok büyüktür.

Küreselleşme-Globalisation-: Tüm ekonomik ve sosyo-kültürel yapıların, dünya yönelimli tasarlanıp uygulanması olarak tanımlanabilir. İşletmecilik açısından küreselleşme, herhangi bir ekonomik eylemin (üretim, pazarlama, Ar-Ge, teknoloji, finans ve personel kaynaklarının) lokal –mahallî- özelliklere bakılmaksızın dünya yönelimli planlanması ve uygulanmasıdır. **5. Merkezileşme:** Gelişen teknoloji sayesinde artık yönetim tek merkezden yapılabilmektedir. İşletme faaliyetleri birçok ülkeyi kapsayan bir coğrafyaya yayılmış olsa dahi; bilgisayar, internet, video konferans vb. teknolojiler yönetimin tek bir genel merkezden yapılabilmesini sağlamaktadır.

Kyoto Protokolü: 1992 senesinde Rio De Janeiro'da kabul edilen Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, 21 Mart 1994 tarihinde yürürlüğe girdi. Atmosferde tehlikeli bir boyuta varan insan kaynaklı sera gazı emisyonlarının, iklim istemi üzerindeki olumsuz etkisini önlemeyi ve belli bir seviyede durdurmayı hedefleyen sözleşmeye ek olarak kabul edilen Kyoto Protokolü ise Aralık 1997' de Japonya'nın Kyoto şehrinde görüşüldü, 16 Şubat 2005 tarihinde yürürlüğe girdi. Kyoto Protokolü 16 Mart 1998 tarihinde imzaya açılmıştır. Sanayileşmiş gruptan kaynaklanan 1990 senesi toplam karbondioksit emisyonunun en az %55'ini açıklayan gelişmiş ülkeler dâhil olmak üzere, Sözleşmeye katılan en az 55 ülkenin onayını aldıktan 90 gün sonra yürürlüğe girecektir. Aynı zamanda İklim Değişikliği Sözleşmesinin Tarafları, Sözleşmedeki taahhütlerini gerçekleştirmeye devam edecekler ve Protokolün sonraki yıllarda yürütülmesi için hazırlanacaklardır. Uzun çalışmalar ve yoğun müzakereler sonunda 16.02.2005 tarihinde yürürlüğe giren Kyoto Protokolü, sera gazı emisyonlarının dünya üzerinde oluşturduğu tehdidi yok etmek için atılan büyük bir adım. Türkiye bu anlaşmayı 2013 senesinde imzalamayı planlıyor.

L

La Grange: Bilim, artık güneş, yer ve ay cisimlerinin hiç etki etmediği 'La Grange' ismi verilen 5 bölge keşfetti. Bu bölgelere yerleştirilen uzay aracı, hiç enerji harcamadan asırlarca görev yapabilecek. Oraya ne koyarsanız, hiç enerji harcamadan çalışabilecek. Becerebilen ülkeler, uzaydan bu bölgelerden bir iki parsel alabilecek. Beceremeyen kiralamaya çalışacak, ama bunun için bütün malvarlığıyla peşinde sürüklenecek. TÜBİTAK, bu alanda çalışmalara başladı''.

Laisse Faire Laisse Passes: Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler.

Laptop-Dizüstü bilgisayar

Laptop-dizüstü bilgisayar

Latin Amerika Serbest Ticaret Birliği (LAFTA): 1960 senesinde Arjantin, Bolivya, Brezilya, Şili, Kolombiya, Ekvador, Meksika, Paraguay, Peru, Uruguay ve Venezüella tarafından kurulmuştur. Gelişmekte olan ülkeler arasındaki en geniş kapsamlı ekonomik birleşme hareketi olarak kabul edilmektedir.

Leasing (Finansal Kiralama): firmaların ticari ve sınaî faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duydukları duran varlıkları satın almak yerine belirli kira ödentisi karşılığında kullanım olanağı tanıyan ve banka kredilerine alternatif olarak doğan orta dönemli finansman yöntemidir.

Liberal Doktrin: Ekonomide, burjuvaların feodal egemenlerle yer değiştirdiği merkantilistlerden sonraki dönemde etkin oldu. Liberaller, Fizyokrat ve Klasik Okul olarak ikiye ayrılabilir. Fizyokrazi doğanın hükümranlığını öne sürerek ekonomide devlet müdahalesine karşı çıktı. Onlara göre ekonomideki görünmeyen doğal, işlerliği sağlayacaktır. Daha sonra kapitalizmin sloganı olacak "Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler Laissez Faire Laissez Passes" fizyokrasinin temellerini oluşturdu. GSMH'yi artırmak için Merkantilistlerin tersine ticaret ve sanayi yerine tarıma önem verildi. Tarım vergilendirildi. Serbest ticaret desteklendi. İlk kez Azalan Verimler Kanunu (Turgot) ortaya konuldu. Kapitalizme dayanak olan Klasik Okul da, fizyokrasinin doğal düzen felsefesini savundu. İnsanların rasyonel davranarak az çabayla çok fayda sağlamayı hedeflediği savunuldu. "İnsan Ekonomik Davranır-Homo Economicus" savıyla üretim kaynaklarının da etken kullanılacağı öngörüldü. Önemli temsilcileri arasında Adam Smith, Ricardo ve Maltus sayılabilir.

Lider (Reis): Baş, başbakan, amir, bir topluluğun en üst idarecisi. **Lider;** başkalarını gayeler etrafında toplamak üzere etkileyen ve başkalarından üstün niteliklere sahip olan kişidir. Diğer bir tanımla **lider;** yönetimde gücü ve etkisi olan, bir kuruluşun en üst düzeyde yönetimiyle görevli kişidir.

Liderlik; belirli şartlar altında belirli kişi ve grup gayelerini gerçekleştirmek üzere organizasyonun diğer elemanlarını etkileme, motive etme ve yönlendirme sürecidir. Diğer bir tanımla **liderlik;** belli bir durumda, belli bir alanda ve belli şartlar altında bir grup içindeki; insanlara organizasyon hedeflerine ulaşmada yardımcı olacak tecrübeleri aktarma ve uygulanan liderlik türünden hoşnut olmalarını sağlayarak grubu etkileme sürecidir. Liderlik, kendi istek ve iradesini diğer insanlara, onların güven, saygı, itaat ve bağlılıklarını kazanarak kabul ettirme yeteneğini ifade eder.

Likidite: Bir işletmenin süresi gelen borçlarını ödeyebilme yeteneğine veya süresi gelen borçlarını ödemeye yetecek kadar işletmenin elinde emre hazır fon bulunmasına denir.

Likidite-Paraya çevrilebilme

Likidite-paraya çevrilebilme

Limited Şirket:

Lineer: Çizgilerle ilgili olan. Değişmesi bir doğru ile gösterilebilen. Doğrusal

Link-Bağlantı

Link-bağlantı

Lisans Anlaşması: Bir ücret veya royalti karşılığında üretim prosesini, ticari markasını kullanma hakkını vermesidir. **Royalti,** herhangi bir şeyin (bilhassa marka sermayesi güçlü olan malların) sahibine, buluşçusuna, yazarına vb ait bir hakka bağlı olarak ticaret (iş) yapanların hak sahibine kazançlarından (satışlarından) ödedikleri paydır.

Lisans Verme: Bir şirketin anlaşma çerçevesinde yabancı bir şirkete ticari malını üretmesi ve dağıtımını yapması için izin vermesi veya belirli bir coğrafi bölgede onun ticari markasını, patentini veya prosesini-süreç- kullanma hakkı vermesidir. Lisans anlaşmasının ihracattan daha farklı avantajları vardır, üretici firma girilen pazarla ilgili bilgilere ve dağıtım kanallarına kolayca ulaşabilir, çeşitli kanuni sınırlamalardan korunur.

Lisans: Herhangi bir şeyi yapmak, imal etmek veya kullanmak üzere verilen izindir. Bu tür ticaret giderek yayılmaktadır.

Lisanslı Depoculuk: Lisanslı depoculuk sistemi özellikle tarımsal ürünlerin depolanmasında önemli bir konu ve tarımsal üretim ve ticaretinde, istihdamında, dünya ticaretinde rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.

Liyakat: 1-Layık olma, değerlilik, yararlılık, uygunluk. 2-İktidar, hüner, fazilet. 3-Ehliyet.

Logo (- amblem, ayırmaç-logotip): Logo, bir işletme ismini ve/veya alamet-i farikasını temsil etmek için kullanılan ticari tasarım veya işaret stilidir. Mesela, Koç Holding'in logosu Koçbaşı şeklinde bir şekildir. Bir ürünün veya firmanın soyut bir kelime olan isminin (markasının) somut hale gelmesi, diğerlerinden şekil olarak da ayırt edilmesi için ambleminin veya logotaypının yapılması gerekir. Latince kökenli olan amblem ve logotayp kelimelerinin dilimizdeki karşılığı **simge ve özgün** yazıdır. Günümüzde her iki kavram ayrı ayrı anıldığı gibi, tek bir kelime olarak logo diye de kullanılmaktadır. **Amblem,** çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir. **Logotayp ise** yazıyla veya çizgi, resim ve yazıyla yapılan işaretlerdir. Her ikisinde de gaye, ismini taşıdığı ürün veya firmayı en özgün şekilde ayırt etmesidir. Amblemler ve logotayplar ilgili şirketin çalışma alanını, kişiliğini şekil ve renkleriyle ifade edebilmelidir. Araştırma sonuçlarına göre, logoların, şirketlerin tanınma oranını genelde artırdıkları, ancak isimle birlikte olunca, logo olarak, tek başını olmalarına oranla tanınma düzeyini düşürebilecekleri de tespit edilmiştir.

Lojik-Araç/Eşyanın akıl ile kavranması

Lojik-Araç/eşyanın akıl ile kavranması

Lojistik; tüketici ihtiyaçlarını karşılamak gayesiyle malların, hizmetlerin ve bilgilerin başlangıç noktasından tüketim noktasına kadar verimli bir şekilde akışını planlayan, uygulayan ve kontrol eden tedarik zinciri sürecinin bir halkasıdır.

Lonca: Herhangi bir iş kolunda usta, kalfa ve çırakları içine alan Avrupa kaynaklı mesleki bir dernektir. Uğraşları bir olan kimselerin, bilhassa 7. ve 8. yüzyıldan itibaren Batı'da faaliyet yürüten ve bir pirin, üstadın yani ustanın yönetimi altında oluşturdukları özel mesleki bir dernektir.

Lostra: Ayakkabı boyası ile ilgili.

Lostra-Ayakkabı boyası ile ilgili.

Lügat-Sözlük

M

Maarif: 1-Marifetler, bilimler. 2-Eğitim, öğretim, talim ve terbiye sistemi. 3-Tahsille elde edilen bilgi. 4-Kültür, bilgi. 5-Eğitim Bakanlığı.

Maârif: 1-Marifetler, bilimler. 2-Eğitim, öğretim, talim ve terbiye sistemi. 3-Tahsille elde edilen bilgi. 4-Kültür, bilgi. 5-Eğitim Bakanlığı.

Madeni Para: Küçük ve kusurlu ödeme ve tahsilatların rahat yapılması için bir miktar kâğıt para karşılığına gelen tutarda madeni para basılır. Türkiye'de bozuk paraları Hazine, kâğıt paraları ise Merkez Bankası basar.

Mahalli idare (yerel yönetim) işletmeleri: İl özel idareleri, belediyeler ve köy idareleri olarak ifade edilen mahalli idarelerin; kamu ve belediye hizmetlerini görebilmeleri ve bazı kamu mallarını işleterek gelir sağlanması için kurulan işletmelerdir.

Maharet: (a.i.) Mâhirlik, ustalık, beceriklilik, hüner.

Mahiyet-İçerik

Mahreç İşareti: Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda olduğu ürünlerin coğrafi işaretlerine denir. Mahreç işaretine konu olan ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreden kaynaklanması şartıyla, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur. Damal Bebeği, Isparta Halısı, Siirt Battaniyesi, Adana Kebabı, Çorum Leblebisi ve Afyon Sucuğu gibi.

Mahreçler Kanunu (Say Kanunu): Ekonomide klasiklerin temel görüşlerindedir. Bir malın üretiminde arzın yanı sıra talebin de oluşturulduğu tezine dayanır. Üretim, hammadde ve emeği içerir. Bu durum da talebi oluşturur. Doğal düzenden dolayı üretim tüketim arasında bir dengesizlik söz konusu değildir. Para yalnızca bir araçtır. Asıl olan mallarla, malların değişimidir. Üretimi en üst düzeye çıkarmak için çalışılması tam istihdamı oluşturacaktır. Mahreçler Kanunu, kazanılan gelirlerin tasarruf yapılmaksızın tamamen harcandığı varsayımına dayanır.

Mahzur: Mani-Sakinca

Mahzur-Sakinca

Makroekonomi: Ülke ekonomisini ve dünya ekonomisini ilgilendiren konu başlıklarını inceleyen bir iktisat dalı olarak makro büyüklükler, toplam üretim, toplam istihdam, toplam işsizlik, genel fiyat düzeyinin değişme oranı, ekonominin büyüme hızı gibi, konuları inceler. Makroekonomi, ekonomik olaylara kuş bakışıdır. İngiliz ekonomisti Keynes'in ileri sürdüğü, 'Kişi için doğru olan, toplum için doğru olmayabilir ve toplum için doğru olan da kişi için doğru olmayabilir' anlayışından yola çıkılarak ortaya atılan mikro ekonomi karşıtıdır.

Mal Para: Madenlerin mübadele kullanıldığı dönemlerde üzerinde o madenin değeri yazılarak kullanılabilir sikke gibi paralardır. Kendi öz değeriyle ihtiva ettikleri maden miktarı temsil ettikleri satınalma gücüne çok yakın olan altın ve gümüş gibi ödeme araçlarıdır. Mal para niteliğindeki sikkeler eritilince, elde edilen madenin piyasa fiyatı, resmi kıymetine çok yakındır. Mal para artık ülkelerin iç piyasalarında kullanılmamakta, geçerli olduğu değişim alanı, milletlerarası ödemelerdir.

Mal; insan ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı olarak karşılama özelliğine sahip ve genellikle para veya başka bir ekonomik madde ile değişilebilen kıt ekonomik nesnelere (maddelere) denir.

Mali İstikrar: Geniş anlamda mali sistemin veya altyapısının, dar anlamda da mali piyasanın dengede olmasıdır. Mali sistem, tasarrufların toplanarak yatırımcılara veya tüketicilere aktarılmasını sağlayan mekanizmalar (banka, kooperatif veya para, tahvil gibi...) bütünüdür.

Mali piyasa; mali varlık ve hakların alınıp satıldığı; bankalar, katılım bankaları, sigorta şirketleri, emeklilik kurumları, bankerler, kredi kooperatifleri gibi, her türlü ortama yani, para, döviz ve sermaye piyasalarına verilen ortak isimdir.

Mali Politika: Kamunun; vergi, masraf ve borç idaresiyle piyasadaki para miktarını kontrol etmesine yönelik politikaların bütünüdür. Ekonomistlere göre, para politikasından daha etkilidir.

Mali Tablolar: Türk Vergi Kanunu, Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası Kanunu'nca bazı şirketler için zorunlu olarak tutulan, şirketin dönemsel faaliyetleri sonucu hazırlamak ve yayınlamak (halka açık şirketler, aracı kurumlar vb.) zorunda oldukları ve ilgili şirketin performansını gösteren, standartlaştırılmış muhasebe kayıtlarıdır. Başlıcaları bilanço, gelir-gider tablosu, satılan malın maliyeti, kâr dağıtım, fon ve nakit akım tablolarıdır.

Mali Yatırım: Müteşebbisin, belirli bir sermayeyi, mal ve hizmet üretecek bir işletmenin kurulmasına harcamasıdır.

Maliyet (maal oluş); elde edilen ürünün, meydana gelmesi ve pazarlanabilmesi için kullanılan ara ürünlerin ve unsurların para ile ifadesidir. Diğer bir tanımla **maliyet;** gayeye ulaşmak için kullanılması gereken varlık ve hizmetlere yapılan para harcaması olarak ifade edilir. Maliyet, belirli bir gayeye ulaşmak için yapılan fedakârlığın bedelidir.

Maliyet: İşletmelerin faaliyet konusuna giren mal veya hizmetlerin elde edilmesi için katlandığı her türlü faktörlerin para olarak ifade edildiği toplam değere denir. Maliyet; üretimde, bir ürün elde edilinceye kadar o ürüne harcanan değerlerin (emek, sermaye gibi) tümüne denir.

Malların Hayat Seyri: Ürünün piyasaya çıkmasından sonra, satışların seyri açısından karşılaşılan aşamalar.

Malum-Bilinen

Mani-Engel

Manifesto (bildiri): Toplumsal bir hareketin duyurulması ve teorilerin belirtilmesi üzerine kurulan, bir akımın, bir hareketin oluşunu bildiren yazılara denir. Manifesto: Yabancı ülkelere eşya getiren veya yabancı ülkelere eşya götüren kara, hava, deniz ve demiryolu taşıtlarının sürücüsü, pilotu, kaptanı, acentesi veya sahipleri tarafından taşınan yük hakkında gümrüğe yazılı olarak yapılan beyandır.

Manivela-Kaldıraç

Manivela-Kaldıraç

Manyetik alan: Hareket eden elektrik yükleri tarafından, zamanla değişen elektrik alanlardan veya temel parçacıklar tarafından dâhili olarak üretilen alandır. Dünya kendi manyetik alanını üretir ve bu manyetik alan dünya atmosferini korur ve pusulanın çalışma prensibini oluşturur.

Manzume- Sistem

Manzume: Sistem

Marifet: Kendine has ustalık, hüner, maharet, sanat. Maharetle, ustalıkla yapılan şey.

Marka Bağımlılığı-Sadakati- (Brand loyalty): Belirli bir ürünün aynı markasını bir müşterinin tutarlı bir şekilde satın almayı sürdürmesi. Marka bağımlılığı veya sadakati, tüketicilerin bir markayı deneyip ürünün performansından tatmin olup tekrar tekrar satın almaları durumunda, o markanın bağımlıları oldukları söylenebilir. Tüketicinin ürünü ve markayı öğrenmesi sonucu oluşan bir davranış değişikliği dir. /Marka bağımlılığı; tüketicilerin, aynı sanayi kolunda üretim yapan işletmelerden birinin ürünlerini diğer işletmelerin ürünlerine tercih etmeleridir. Bir işletme marka veya işletme adına sürekli reklâm, ürünlerin patentle korunması, AR-GE programları yoluyla sürekli ürün geliştirme, yüksek ürün kalitesinin vurgulanması ve başarılı satış sonrası hizmetler yoluyla marka bağımlılığı oluşturabilir. Eğer bir sanayi kolunda önemli ölçüde marka bağımlılığı varsa, yeni rakiplerin piyasaya girerek pazar payı elde etmeleri son derece zorlaşmaktadır.

Marka Değeri: Bir markayla, o markanın adıyla, simgesiyle bağlantılı ve bir firmaya veya firmanın müşterilerine mal ve hizmet yoluyla sağlanan değeri artıran veya eksilten aktifler ve taahhütler bütünü marka değerini oluşturur. Diğer bir ifade ile **marka değeri**, tüketicinin o marka ile özleştirdiği ve diğer markalardan farklılaştırdığı ürün değerlerinin bütünüdür. Bir anlamda markaya yapılan geçmiş pazarlama yatırımları sonucunda o markayla özdeşleşmiş olan değerler toplamıdır.” Bir marka tüketicinin ürün hakkındaki düşüncesini yansıtır. Markanın değerini oluşturan ilave etkenler beş kaynaktan oluşur; İsim. Sembol (logo-ayırmaç) Kurum (firma) Özellikler ve çağrışımlar, beklentiler bütünüdür Tüketiciyi anlatan bir ifade Aktif ürün Bazı faydalar hakkında vaat Bu bileşenler markanın değerini belirlemede önemlidir. **Marka genişletme (Brand extension):** Mevcut bir marka ismini yeni bir ürün için kullanmak.

Marka İmajı (Brand image): Markanın genel algılanması. Marka hakkındaki bilgilerden ve geçmiş tecrübelerden oluşan markanın genel görünümünü ifade eden inançlar dizisi.

Marka İsmi (Brand name): Bir markanın sözlü olarak ifade edilebilen kısmı.

Marka İşareti (Brand mark) : Bir markanın sözel olarak ifade edilemeyen kısmı.

Marka Oluşturma: Marka, ürünlerini rakiplerinden ayırtıracak isim, sembol, kavram, tasarım veya bunların birkaç bileşeninden oluşmaktadır. Marka olmadan tüketicinin gözünde bütün ürünler aynı niteliklere sahip olarak algılanmakta, bu da tüketicinin en ucuz ürünü tercih etmesine sebep olur. İşletmeler, tüketicilerin dikkatlerini ürünlerine çekmek ve tüketicinin kendi ürünü tekrar tanımasını sağlamak gayesiyle markayı kullanmaktadır.

Marka Yöneticisi (Brand manager): Firmanın mal veya hizmet stratejisinde yeniliği, liderliği, raf-vitrin ve pazar bölümlerinin her birindeki egemenliğini sağlamak ve yönetimindeki markanın tutundurma stratejisini oluşturmakla görevlidir.

Marka; bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlama şartıyla, kişi isimleri dâhil, bilhassa kelimeler, şekiller, harfler, sayılar, malların şekli ve ambalajlarının gibi, çizimle görüntülenebilen veya benzer şekilde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretlerdir. Zamanımızda market markalı (privatelabel) ürünler sürekli artmaktadır.

Martin Luther > Protestanlığın kurucusu.

Marx, bir idealist olan Hegel'den yola çıkarak sonra Adam Smith ve diğer aydınlanma filozoflarından ödünç aldığı tarih teorisini geliştirerek; kapitalizmi, insanlık tarihinde bir dönem olarak ifade etmiş ve dolayısıyla tarihi olarak biteceğini söylemiştir.

Matematik: Şekil, sayı ve çoklukların yapılarını, özelliklerini ve aralarındaki bağıntıları mantık yoluyla inceleyen, aritmetik, cebir, geometri gibi, dallara ayrılan bilim koludur.

Materyalist: Materyalizmden yana olan (kimse, görüş), maddeci. **Maddeci;** para, mal vb.ne çok önem veren kimsedir. Materyalist: Maddecilikten yana olan (kimse veya görüş), / **Materyalizm:** Dünyada, yalnızca maddenin varlığını kabul eden, Allah, ruh vb. manevi kavramları ret ve inkâr eden felsefi görüş, maddecilik, özdekçilik. / **Materyalist:** Materyalizmden yana olan (kimse, görüş), maddeci. **Maddeci;** para, mal vb.ne çok önem veren kimsedir. Materyalist: Maddecilikten yana olan (kimse veya görüş), / **Tarihsel materyalizm,** diyalektik materyalizmin ilkelerini toplum yaşamının incelenmesinde kullanır; bu ilkeleri toplum yaşamındaki olaylara, toplum ve toplum tarihi üzerindeki çalışmalara uygular. / **Diyalektik materyalizm,** marksist-leninist partinin dünya görüşü olarak; tabiat olaylarına yaklaşım şekli, onları inceleme ve anlama yöntemleri diyalektik, tabiatta gerçekleşen olayları

yorumlayışı, bu olayları kavrayışı ve teorisi materyalist olduğundan, bu dünya görüşü, diyalektik materyalizm ismini almıştır. / **Diyalektik**; gerçekliği ve onun çelişmelerini incelemeye yarayan ve bu çelişmeleri aşmayı sağlayan yolları aramayı öngören akıl yürütme yöntemidir. / **Marx ve Engels**, diyalektik yöntemlerini tanımlarlarken, genellikle, Hegel'i diyalektiğin temel niteliklerini formüle eden filozof olarak gösterirler. Ama bu, Marx ve Engels diyalektiğinin Hegel diyalektiğinin aynısı olduğu anlamına gelmez. Çünkü Marx ve Engels, Hegel diyalektiğinin idealist kabuğunu bir yana iterek, onun

Materyalizm: Dünyada, yalnızca maddenin varlığını kabul eden, Allah, ruh vb. manevi kavramları ret ve inkâr eden felsefi görüş, maddecilik, özdekçilik. / **Materyalist**: Materyalizmden yana olan (kimse, görüş), maddeci. **Maddeci**; para, mal vb.ne çok önem veren kimsedir. Materyalist: Maddecilikten yana olan (kimse veya görüş), / **Tarihsel materyalizm**, diyalektik materyalizmin ilkelerini toplum yaşamının incelenmesinde kullanır; bu ilkeleri toplum yaşamındaki olaylara, toplum ve toplum tarihi üzerindeki çalışmalara uygular. / **Diyalektik materyalizm**, marksist-leninist partinin dünya görüşü olarak; tabiat olaylarına yaklaşım şekli, onları inceleme ve anlama yöntemleri diyalektik, tabiatta gerçekleşen olayları yorumlayışı, bu olayları kavrayışı ve teorisi materyalist olduğundan, bu dünya görüşü, diyalektik materyalizm ismini almıştır. / **Diyalektik**; gerçekliği ve onun çelişmelerini incelemeye yarayan ve bu çelişmeleri aşmayı sağlayan yolları aramayı öngören akıl yürütme yöntemidir. / **Marx ve Engels**, diyalektik yöntemlerini tanımlarlarken, genellikle, Hegel'i diyalektiğin temel niteliklerini formüle eden filozof olarak gösterirler. Ama bu, Marx ve Engels diyalektiğinin Hegel diyalektiğinin aynısı olduğu anlamına gelmez. Çünkü Marx ve Engels, Hegel diyalektiğinin idealist kabuğunu bir yana iterek, onun yalnızca rasyonel özünü almışlar ve daha da geliştirerek, ona modern, bilimsel bir şekil vermişlerdir.

Matlab- Arzu-istek

Matlab: Arzu, istek.

Matrah: Vergilendirmede, verginin hesaplanması için saptanan değer veya miktar.

Mayalar: Dünyadaki manyetik alanın demirin çarpmasıyla olduğunu bildiren Yakut, bu sayede insanların yönünü bulduğunu aktardı. / **KARA DELİK, İÇİNE GİRENLERİ BAŞKA BİR ÂLEME AKTARIYOR** /Güneşin çekim gücüyle Sedna gezegenini kendine bağladığını söyleyen Kemal Yakut, “Kara delikler ise güneşten 2 milyon kat daha fazla çekim gücüne sahip. Peki, bu kara delik her şeyi içine çekiyor, yutuyor mu? Yutuyor ve başka bir âleme aktarıyor. Hakkında hiçbir deney yok. Çünkü ona girenin bu âlemde işi bitiyor, başka bir âleme aktarılıyor.” şeklinde konuştu. Kara delikten üfürüldüğünde kıyametin kopacağını iddia eden Yakut, “Güneş sisteminin kara deliğe en yakın geçiş tarihini veriyorum; 21 Aralık 2012. Güneş sistemi bu tavaf hareketini 21 bin 516 yılda bir tamamlıyor. Bu tarihte 21 Aralık’ta doluyor.” ifadesini kullandı. Bu olayı çok öncelerden Mayaların bildiğini anlatan Prof. Dr. Yakut, onlara Zülkarneyn Peygamberin öğrettiğini vurguladı. Yakut ayrıca Mayaların yaklaşık 22 bin yılda bir güneşin bir doğudan bir de batıdan doğduğunu tesbit ettiklerini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: “Şu anda doğudan doğuyor. Bundan sonraki süreçte göreceksiniz yoğun bir şekilde depremler olacak. Dünya çapında yanardağ patlamaları olacak. Çünkü dünyanın merkezindeki demir emiliyor. Bu da dünyanın çekim alanına girdiğini gösterir.” Bu demir emilimi dolayısıyla dünyanın ekseninin kaymış durumda olduğu bilgisini veren Yakut, bu olay sebebi ile artık kutupsal bölgelerde yön bulunamaz duruma gelineceğini söyledi. Bu yüzden Sibiry’a da birkaç tane havalimanı kapatıldığını da ekleyen Yakut, “Dünya’daki tüm manyetik elementler bilhassa demir içeren tüm varlıklar hızla çekilmektedir. Yani manyetik kutup değişimi başlamış ve Dünya’nın manyetik eksenini Alaska’dan Sibiry’a kadar kaymış bulunmaktadır. Toplu kuş, balık, yarasalar ölümleri GPS ile ilgilidir. Çünkü hayvanlar yanlış koordinata gittikleri için ölüyorlar.” şeklinde bilgi verdi.

Mecburiyet –Zorunluluk

Meclis-i Mebusan (Parlamentolar Meclisi): Osmanlı Devleti’nde, 23 Aralık 1876 tarihli Anayasa’ya (Kanuni Esasi) göre kurulmuş ve I. Meşrutiyet ve II. Meşrutiyet dönemlerinde görev yapmış yasama organıdır. Bu meclis, seçilmiş parlamentolarlardan oluşmakta ve padişah tarafından atanan (daha az sayıdaki) üst kamara üyelerinin oluşturduğu Soylular Meclisi (Ayan Meclisi) ile birlikte, Genel Parlamento’yu (Meclis-i Umumi) oluşturmaktaydı. Hükümdarın yetkilerinin anayasa ve seçimle gelen milletvekillerinin oluşturduğu meclis tarafından kısıtlandığı ve yasamanın hükümdarın fermanı ile değil, parlamento yoluyla yapıldığı yönetim şekli olan meşrutiyetin ilk denemesi 1215’de İngiltere’de “Magna Carta” ile başlar, 1789 Fransız Devrimi sonrası 1830 yılında Fransa’da ve nihayet 1876’da “Kanun-i Esasi (Anayasa)”nin ilânı ile Osmanlı’da hayata geçer. Osmanlı Devleti, 1808 senesinde toplumun ileri gelenlerinden oluşan Ayanlar ile Sened-i İttifak olarak bilinen ilk anayasa hükmündeki sözleşme ile başlayan süreç; 1839 senesi Tanzimat Fermanı olarak bilinen Gülhane Hatt-ı Şerifi (Hümayunu) ile yenileşme devam ediyor. 1876 senesinde II. Abdülhamit tarafından anayasaya dayalı yönetim olan I.Meşrutiyet ilan ediliyor ve 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı’ndaki yenilgi sonu II. Abdülhamid’in Meclis-i Mebusan’ı kapatmasıyla 1878’de son bulmuştur. Osmanlı Anayasa’sı 29 sene askıdan sonra 1908’de II. Meşrutiyetin ilanı devam eden süreç Sultan Vahdettin tarafından 1920’de Meclis-i Mebusan’ı tasfiyesine kadar devam etmiştir.

Medodoloji: Yöntem-yöntembilim.

Mefhûm-Tabir-İfade-Mana

Menkul Kıymet: Taşınabilir nitelikte ekonomik kıymet ifade eden ve paraya çevrilmesi veya parayla ifade edilmesi mümkün olan kıymetli evraktır.

Menşe ismi: Coğrafi bir ortama veya yerel veya geleneksel ve belirli üretim şartlarına bağlı olarak özel bir ayrıcalık gösteren, belirli bir coğrafi yerde üretilen veya yerleştirilen ürünü belirlemek için kullanılan, hemen hemen herkesin bildiği bir isimdir.

Menşe İsmi: Coğrafi işaret korumasına konu edilen ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek mecburiyetindeki ürünlerin coğrafi işaretlerine denir. Menşe ismi, menşe ismine konu ürünün tamamı ile tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerekir ve ürünlerin ait oldukları coğrafi bölge dışında üretilemezler. Eskişehir Lületaşı, Erzincan Tulum Peyniri, Ege Pamuğu, Malatya Kayısı, Elazığ Öküzgözü Üzümü, Malatya Kayısı gibi.

Merkantalist-tacir (latince)

Merkantilist-Tacir (latince)

Merkantilizm: Ülkenin refahını sahip olduğu altın, gümüş vb. değerli madenlere bağlayan, ülkedeki değerli maden yataklarının işletilmesine önem veren ve ihracatı artırıp ithalatı azaltmaya çalışan iktisat öğretisi.

Merkantilizm: 17. yüzyılda deniz aşırı ticaret yapan ülkelerce benimsenen, altın ve gümüş gibi, değerli madenleri bir ülkenin siyasi ve iktisadi gücünün başlıca kaynağı olarak gören ve bu sebeble altın ve gümüş miktarını artırmak için dış ticaret fazlası verilmesini zorunlu gören, aşırı devlet müdahalesini öngören öğreti ve buna dayalı iktisadi sistemdir.

Merkantilizm: Rönesans ve Reform hareketlerinin başlattığı uyanışın, politik ve ekonomik alandaki yansımalarıdır. Bu dönemde, ekonomideki egemenlik feodal derebeyi, soylulardan burjuvalara el değiştirmişti. Merkantilistler, ekonomi politikası şöyleydi; "Ticari bilânçoların aktif olmalı, gümrük politikası izlenmeli, sanayi politikasını devlet desteklemeli, ticareti artırıcı yol, kanal gibi, yatırımlar yapılmalı..." Merkantilizm döneminde para geliştirildi. Ticarete aktiflik savunulduğu için ülkeye giren para (aktif ticaretten) enflasyonu doğurdu. Fiyatların artması ithalatı artırdı.

Mesele Çözme: Mevcut durum ile ulaşılmak istenen hedefler arasındaki boşluğun algılandığı ve bunun çıkardığı gerginliği ortadan kaldırmaya yönelik çabadır.

Meslek grupları; çeşitli esnaf, zanaatkârlarca farklı şekillerde kurulmuş, o mesleğin dayanışmasını, kurallarını yansıtan kendine münhasır birtakım kaideleri olan bir birliktir.

Meslek Standartları: Bir mesleğin başarıyla icra edilmesi için yapılması gereken görev ve işlemler, sahip olunması gereken bilgi ve beceriler ile sergilenmesi gereken tutum ve davranışları gösteren asgari normlardır. / Meslek Standartları işverenlere, çalışanlara ve eğitim kesimine sayısız faydalar sağlamaktadır. Bu sayede işverenler, istihdam edecekleri kişilerin sahip olmaları gereken bilgi ve becerileri konusunda önceden bilgi sahibi olurlar, istihdam edecekleri kişilerin seçiminde, ücretlerinin belirlenmesinde ve terfilerinde daha isabetli kararlar verebilirler. Çalışanlar Meslek Standartları sayesinde, iş başvurularında sahip oldukları yeterlilikleri daha iyi sergileyebilirler ve kendilerini nasıl geliştirebilecekleri hakkında fikir sahibi olabilirler. İş hayatı ile eğitim hayatı arasında önemli bir köprü işlevi görmektedir. AB düzeyinde **"Diplomaların ve Mesleklerin Karşılıklı Olarak Tanınması"** konusunun ele alınması da bu ihtiyaçtan kaynaklanmıştır.

Meslek: Tecrübe veya çıraklık eğitimiyle kazanılan iş; bir kimsenin hayatını sürdürmek, geçimini sağlamak için yaptığı kuralları belirlenmiş sürekli bir iş olarak ifade edilir.

Mesleki yozlaşma; toplumdaki yozlaşmaya bağlı olarak, iş hayatı içerisinde değer karmaşası oluşması ve zamanla faydacılığın her şeyin önüne geçmesi ve ahlâki kuralların uygulanmasını etkilemesine denir. Toplumda oluşan yozlaşma hayatın her alanını olduğu gibi, iş hayatını da etki altına almakta ve mesleki yozlaşma sonucu değerlerin farklılaşması ile çatışmalar ortaya çıkmaktadır. Toplum hayatında mesleki yozlaşmanın çeşitli sebepleri bulunmaktadır.

Mesuliyet - Sorumluluk

Meşrutiyet: Meşrutî Monarşi veya Parlamenter Monarşi; hükümdarın yetkilerinin anayasaya bağlı olarak halkoyu ile seçilen meclis tarafından kısıtlandığı yönetim şeklidir. Hükümdarın yetkilerinin anayasa ve seçimle gelen milletvekillerinin oluşturduğu meclis tarafından kısıtlandığı ve yasamanın hükümdarın fermanı ile değil, parlamento yoluyla yapıldığı yönetim şekli olan meşrutiyetin ilk denemesi 1215'de İngiltere'de "Magna Carta" ile başlar, 1789 Fransız Devrimi sonrası 1830 yılında Fransa'da ve nihayet 1876'da "Kanun-i Esasi"nin ilânı ile Osmanlı'da hayata geçer. Hükümdarın yetkilerinin anayasa ve seçimle gelen milletvekillerinin oluşturduğu meclis tarafından kısıtlandığı ve yasamanın hükümdarın fermanı ile değil, parlamento yoluyla yapıldığı yönetim şekli olan meşrutiyetin ilk denemesi 1215'de İngiltere'de "Magna Carta" ile başlar, 1789 Fransız Devrimi sonrası 1830 yılında Fransa'da ve nihayet 1876'da "Kanun-i Esasi (Anayasa)"nin ilânı ile Osmanlı'da hayata geçer. Osmanlı Devleti, 1808 senesinde toplumun ileri gelenlerinden oluşan Ayanlar ile Sened-i İttifak olarak bilinen ilk anayasa hükmündeki sözleşme ile başlayan süreç; 1839 senesi Tanzimat Fermanı olarak bilinen Gülhane Hatt-ı Şerifi (Hümayunu) ile yenileşme devam ediyor. 1876 senesinde II. Abdülhamit tarafından anayasaya dayalı yönetim olan I.Meşrutiyet ilan ediliyor ve 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı'ndaki yenilgi sonu II. Abdülhamid'in Meclis-i Mebusan'ı kapatmasıyla 1878'de son bulmuştur. Osmanlı Anayasa'sı 29 sene askıdan sonra 1908'de II. Meşrutiyetin ilanı devam eden süreç Sultan Vahdettin tarafından 1920'de Meclis-i Mebusan'ı tasfiyesine kadar devam etmiştir.

Metafizik istihbarat: Kara büyü, beyin kontrolü, cinleri kullanarak toplanan istihbarı bilgiler. Özellikle tasavvuf bilgilerine dayalı bir bilim dalı. Metafizik istihbaratçılar özel gün ve ayda doğan çocuklardan seçilir. Bu negatif metafizik savaşçılara "Habis Erhava" denir. Yani pis, kirlenmiş ruhlar. Kara büyü ve teknolojik imkânları da kullanarak dünya liderlerinin çoğunun beyin frekanslarına giriyorlar. "Yeltsin'in zihnine dışarıdan yükleme yapıldı." Cinleri istihbarat gayeli kullanılıyor. (Türkiye'de de kullanılır.) "ABD'den bir NASA uzmanı, Sakarya'da cincici hocaya referans arıyor; uzayda arızalanan uyduları cinlere tamir ettirilebilir miyiz diye sormak istiyorlarmış!"(Rakipleri ölçmek için bir girişim de olabilir.)

Metafizik: Felsefenin bir dalı olarak “fizik bilimlerinin ötesinde kalan” anlamında kullanılır. **Metafizik âlem,** maddî olmayan ve duyu organları ile idrak edilemeyen, gayb âlemi demektir.

Metafizik: Felsefenin bir dalı olarak “fizik bilimlerinin ötesinde kalan” anlamında kullanılır. Metafizik âlem, maddî olmayan ve duyu organları ile idrak edilemeyen, gayb âlemi demektir.

Metodoloji: İlmi araştırma, anlama yöntemleri ve metotların teorisidir. Genel ilmi ve teorik bakış açısından metodoloji (yöntembilim), mantığın veya mantık biliminin bir dalıdır. Metodolojinin gayesi, ilmi bir alanda genel bir uygulamaya sahip olan ve uzun zaman içerisinde test edilmiş düşünce şekilleri, analiz vasıtaları, araştırma metotları, kavramlar, prensipler, kategoriler ve sınıflandırma sistemleri tanımak, tanımlamak, sınıflandırmak ve açıklamaktır.

Metodoloji-Yöntem-Yöntembilim

Metroloji (Metrology): Metroloji, kelime anlamı olarak ölçme bilimi olup, bütün ölçme sistemlerinin temeli olan metre, kilogram, saniye, amper gibi, fiziki birimleri tanımlayarak bilim ve teknolojinin kullanımına sunar.

Meziyet: (a.i. ç. mezâyâ, meziyyât.) Bir kişiyi başkalarından ayıran veya yücelten vasıf, üstünlük vasfı, değerlilik, yüksek karakter, fazilet.

Meziyet-Vasıf

Meziyet-Vasıf

Mihenk-Mikyas-Kıstas-Ölçü-Kriter

Mikro (cüce-yarım) işletmeler: Bir tek çalışanı bile tam gün istihdam edemeyecek kadar küçük ölçekte olan işletmelerdir. Bu tür işletmeler çok küçük olmalarına rağmen, ekonomik hayatta varlıklarını sürdürmektedirler. Hane sayısı az olan köydeki berber dükkânı, bakkal dükkânı ve kasap gibi, iş yerleri yalnız haftanın belirli günlerinde çalıştığı için yarım işletme sayılır. Mikro işletmenin geliri, bir aileyi geçindirecek kadar olmadığından sahibi, kalan zamanlarını başka işlerde çalışarak değerlendirir.

Mikroekonomi: Tüketicilerin ve işletmelerin ekonomik davranışlarını; ihtiyaç, fayda, değer, fiyat kavramları ile araştıran iktisat dalı olarak piyasa türlerini, piyasaların işleyiş mekanizmasını ve farklı piyasa durumlarında işletme dengesinin nasıl oluştuğunu da araştırır. Mikroekonomik ekonomik olaylara bir kurbağa bakışıdır.

Mikyas-Mihenk-Ölçü-Kıstas-Kriter

Milli Gelir; bir milli ekonomide belirli bir dönem içinde üretilen mal ve hizmetlerin toplamı olan Gayri Safi Milli Hâsıla'dan üretim araçlarının yıpranma (amortisman) payının düşülmesiyle elde edilir. Diğer tariflerle **milli gelir;** bir ekonomide belli bir döneme ilişkin safi milli hâsıla değerinden aynı dönemde, o ekonomide alınan dolaylı (vasıtalı) vergiler toplamının çıkartılmasıyla elde edilen tutardır. **MG:** Milli Gelir + (transfer harcamaları + sübvansiyonlar) - (kurumlar vergisi + şirketlerin dağıtılmayan karı + sosyal kesintiler) **Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK),** kişi başına Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla değerinin 2015 senesinde cari fiyatlarla 25 bin 130 TL, ABD doları bazında ise 9 bin 261 dolar olarak hesaplandığını açıkladı. 2014 senesinde GSYH ise cari fiyatlarla 22 bin 732 TL, ABD doları bazında ise 10 bin 395 dolar olarak hesaplanmıştı.

Minimal Pazarlama: Etkili bir pazarlama programının ortaya çıkmasını ve faaliyetlerde hissedilir ve gözle görülür bir pazarlama çabasının görülmesinin istenmediği ve işletmenin müşteriye değil, daha çok müşterinin işletmeye yöneldiği bir pazarlama anlayışıdır.

Minimalizm: Modern sanat ve müzikte, 1960'lara dayanan sadelik ve nesnelliği öne çıkaran akım olarak bugün sadece çevreci ve ekonomik hayat tarzında öne çıkıyor.

Misyon; bir kişi, kuruluş veya bir topluluğun üstlendiği özel görevdir. İşletme yönetimi açısından **misyon;** çalışanlara yön göstererek yaptıkları işlere bir anlam kazandıran, işletmeyi diğer işletmelerden ayırt etmeye dönük uzun dönemli görev ve gayelerdir. **Vizyon** ise, işletmenin geleceği ile ilgili olarak üst yönetim tarafından benimsenen ve işletmeyi geleceğe taşıyacak bir idealdir.

Mobbing; bir veya bir grup insanın, bir kimseye veya başka bir gruba sosyal kabadayılık yapması ve yıldırma veya iş yerinde psikolojik terör uygulamasına denir. Diğer bir tanımla **mobbing;** hiyerarşik yapılanmış gruplarda ve kontrolün zayıf olduğu organizasyonlarda, gücü elinde bulunduran kişinin veya grubun, diğerlerine psikolojik yollardan, uzun süreli sistematik baskı uygulamasıdır.

Mobbingin etkileri; ağlama, uyku bozuklukları, depresyon, yüksek tansiyon, panik atak, kalp krizine kadar giden sağlık meseleleri ve travma sonrası stres bozukluğu ortaya çıkarabilmektedir.

Mobbingle hukuki mücadelenin yolu; mobbing, bir inkâr ve görmezden gelme mekanizmasıyla işlediğinden, mücadelenin hukuki boyuta taşınması gerekebilir. Dava açmadan önceki teşebbüsler mobbingi durdurmuyorsa da hukuki yollara başvurmak için gereken delillerin toplanmasına yardımcı olur. Mobbing için başvurulabilecek hukuki yollar çalışanın statüsüne göre farklılıklar gösterir ve genelde işçi ve işveren arasında ortaya çıkan bir iş hukuku problemi olarak kabul edilse de devlet memurları ve diğer kamu çalışanlarına uygulanan sistematik psikolojik taciz de mobbing kapsamında değerlendirilebilir. Gerek işçi ve gerek kamu personeli olarak çalışan mobbing mağdurları, uğradıkları psikolojik şiddetin tespiti ve (varsa maddi) manevi zararlarının tazmini için dava açabilirler.

MOBESE- Şehir Görüntüleme Sistemi

MOBESE: Şehir Görüntüleme Sistemi

Mobil Pazarlama: Müşterileri ile her zaman ve her yerde; direkt, enteraktif ve hedefli haberleşme kurmak için SMS, MMS, WAP ve yeni nesil video gibi, teknolojik araçların kullanıldığı bir sistemdir.

Model; gerçek sistemin bir görüntüsü olarak, görüntülediği sistemi ana çizgileriyle ortaya koyan sistemdir. Haritalar, gerçek coğrafi alanları kabaca görüntüledikleri için birer model, arz-talep grafikleri, gerçek ekonomik sistemdeki durumu ana çizgileriyle görüntüledikleri için birer şematik model örnekleridir. İşletmelerde, model

kullanmanın faydası, işlerdeki karışıklığı basite indirmesi, sisteme etki eden birçok etken içinde en önemlilerini belirleyerek açıklık getirmesidir. İşletmelerin de çevresi, alt ve üst sistemleri, gayeleri, sınırları, işlevleri olduğu için gerçek anlamda birer sistemdirler. Sistemlerin tabii yapısını ortaya koyabilmek için, **fiziki, niteliksel, niceliksel, şematik** modellerden faydalanılabilir. İşletmenin bir maketi yapılarak **fiziki** bir modeli; en geniş manada bir tanımlı yapılarak niteliksel bir modeli; matematik sembollerden faydalanarak niceliksel modeli; grafik yardımı ile şematik bir modeli yapılabilir.

Modern (Çağdaş-Müşteri Yönlü) Pazarlama: Klasik pazarlama anlayışının tersine hürriyet, katılım, şeffaflık ve geri bildirim kaideleriyle demokrasiye dayanan; ürün pazarlamasında işletmenin temel görevinin, önce hedef pazarın istek ve ihtiyaçlarını tespit edip, bütünleşik pazarlama araçlarından faydalanıp, alıcıları tatmin ederek kâr sağlamak ve diğer organizasyon gayelerine ulaşmaktır. Modern pazarlama, “**mal üretip sat**” yerine “**istekleri belirle ve yerine getir**” anlayışı ile organizasyonun istenilen tatminlere rakiplerden daha seçici ve etkili bir şekilde adapte edilmesidir.

Modern-Asri

Modernizm: Feodal düşünce sisteminde dinin kapladığı merkezin bilim ve insan aklı tarafından ele geçirilmesi olarak açıklanabilir. Bu açıklaması ile modernizm, modern dünyayı oluşturan laikleşme, rasyonelleşme, sanayileşme, cemaatlerden kopup bireyselleşme ve kentleşme süreçlerini kapsamaktadır. Modernlik, geleneksel toplumların karşılığı bir durumu tanımlamakta ve düzenleme, yenilik ve dinamizm özellikleri ile karakterize edilmektedir. **Postmodernizm**, aydınlanmadan, sanayi devrimi ile başlayan ve 20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan büyük değişimlerin devamını getirdiği gelişmelerden kaynaklanan “modernizm”in çöküşü olarak tanımlanmaktadır. Çok sayıdaki ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşümlerle ilişkilendirilen modernlik, bilhassa Orta Çağ izleyen tarihi dönemi tasvir eden kavramdır.

Modernlik: Geleneksel toplumların karşılığı bir durumu tanımlamakta ve düzenleme, yenilik ve dinamizm özellikleri ile karakterize edilmektedir.

Monoton-tekdüze

Monoton-Tekdüze

Mortgage: İpoteğe dayalı konut kredisidir. Tapu, tüketicinindir. Avrupa’da yaygın olarak kullanılan mortgage sisteminin konut kredisinden farkı, kredi veren finans kuruluşunun ikincil piyasada müşterilerini bir başka kuruluşa devredebilmesidir.

Motivasyon; kişilerin belirli bir gayesini gerçekleştirmek üzere davranışları ve bu gaye için sahip oldukları bilgi, yetenek ve enerjiyi tam olarak işe koyma durumudur. Diğer tariflerle **motivasyon;** bir insanı, bir hedefle bağlantılı olarak, belirli şekillerde davranmaya ve düşünmeye sevk eden durum veya süreçtir.

Motive (güdü); davranışı gayeye doğru harekete geçiren, yönelten güçtür. Motivasyon ise, kişinin ihtiyacını tatmin için, motiveler aracılığıyla davranışta bulunmasıdır.

Muayene (Inspection): Bir mal ve hizmetin bir veya birden fazla özelliğinin ölçme, deney ve mastarlama gibi, işlemlere tabi tutularak, sonuçların belirlenen şartlara uygunluğunun kıyaslanmasıdır.

Muayyen: Belirli

Muhabere-Haberleşme

Muhabere-Savaş

Muhasebe işlevi; işletmenin varlıkları ve kaynakları üzerinde değişim oluşturan mali nitelikteki ve para ile ifade edilen işlemlere ait bilgileri kaydetmek, sınıflandırmak, özetleme, tahlil (analiz) etme ve yorumlama yoluyla ilgili kişi ve kurumlara raporlar şeklinde sunmak olarak tanımlanır.

Muhasebe: İşletmenin varlıkları ve kaynakları üzerinde değişim oluşturan mali nitelikteki ve para ile ifade edilen işlemlere ait bilgileri kaydetmek, sınıflandırmak, özetleme, analiz etme ve yorumlama yoluyla ilgili kişi ve kurumlara raporlar şeklinde sunmak olarak tanımlanır.

Muhtelif-Çeşitli

Mukabele-Karşılık

Mukabil-Karşı

Mukavemet: Dayanma, dayanıklılık, karşı koyma, karşı durma, direnme, direniş.

Mukayese- Kıyaslama

Mukayese-Kıyaslama.

Murabaha: Bir malı kâr ile satma. 2-Bir miktar ilâve ederek ödünç para alıp verme. 3-Kanunun gösterdiğinden fazla alınan faiz, tefecilik.

Musallat-Taslit

Muvazene: Denge

Muvazene-Denge

Muvazene-Denge

Mübadele (değişim): Mal, hizmet ve üretim faktörlerinin iktisadi karar birimleri arasında el değiştirmesidir.

Mübalağa-Abartma

Müessese: Sermayesinin tamamı bir iktisadi devlet teşekkülüne veya kamu iktisadi kuruluşuna ait olup, ona bağlı işletme veya işletmeler topluluğudur.

Mühendis; insanların her türlü ihtiyacını karşılamaya dayalı yol, köprü, bina gibi, bayındırlık; tarım, beslenme gibi, gıda; fizik, kimya, biyoloji, elektrik, elektronik gibi, fen; uçak, otomobil, motor, iş makineleri gibi, teknik ve sosyal alanlarda uzmanlaşmış, belli bir eğitim görmüş kimsedir.

Mühim-Önemli-Ehemmiyetli

Münasebet-İlişki

Münavebe-Nöbetleşme

Münhasır: Bir kimse veya bir şey için ayrılmış, sınırlanmış ve sınırlı olan.

Müselles Üçgen: Müsellesin zavayayı dâhilisinin mecmuu 180 dereceye müsavidir. (Üçgenin iç açılarının toplamı)

Müstakil-Bağımsız

Müstehlik-Tüketici

Müstesna-İstisna olan

Müşâvir: (a.s.i.) İstişare edilen, fikrine müracaat edilen, kendisine danışılan kimse.

Müşâvir: (a.s.i.) İstişare edilen, fikrine müracaat edilen, kendisine danışılan kimse.

Müşâvir-Danışman

Müşterek CRM (Collaborative CRM): Çeşitli kanallarla müşteriden toplanan bilginin müşteri memnuniyetini artırmak ve müşteriyle olan ilişkileri iyileştirmek için kullanılması. Yeni ürün geliştirme sürecine müşterinin katılımı gibi,

Müşterek-Ortak

Müşteri Bilgi Sistemleri (Customer Information Systems): Müşterilerin satın alma tercihleri hakkında firmaya bilgi sağlamak, potansiyel müşterileri tanımak, mevcut olanların kalıcılığını sağlamak ve hangi müşteri grubunun hangi mal ve hizmete yönlendirilmesi gerektiğini anlayabilmek gayesiyle kullanılan sistemler.

Müşteri Değerlemesi (Customer Valuation): Müşterinin firma açısından cari değeri, gelecekteki değeri ve stratejik (potansiyel) değerinden oluşan toplam değeri. Müşteri için değer oluşturma; müşterinin bir üründen ne kazandığı ve ne gibi, tavizlerde arasındaki değiş tokuşu içermektedir. Müşteri için değer, elde edilecek faydaları elde etmek için gereken tavizlerin toplamı olarak ifade edilir.

Müşteri Etkileşim Noktaları (Customer Interaction Points): Müşterinin organizasyonla temas ettiği herhangi bir noktayı ifade eder.

Müşteri Farklılaştırılması (Customer Differentiation): Birebir müşteri stratejilerinin uygulanabilmesi için her müşterinin hem davranış şekli, hem de finansal anlamda firma açısından farklı görülmesi ve uygun aksiyonun alınmasını ifade eder.

Müşteri Gruplama (Customer Segmentation): Pazarın benzer özelliklere sahip müşteri gruplarına bölünmesidir.

Müşteri Hizmeti: Müşteri ile değişim süreciyle ilgili olarak, işlem öncesi, işlem sırası ve işlem sonrası müşteriye zaman ve yer açısından kolaylık sağlayacak değer oluşturu bir süreçtir. Müşteri hizmetlerinin kapsamı; kuruluşun müşterileri hoşnut edeceği her türlü faaliyeti ve onların aldığı ürünlerden muhtemel en fazla değeri elde etmelerine yardımcı olacak tüm uygulamaları içine genişletir.

Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management - CRM): Müşterilerle daha güçlü ve uzun vadede firma için kârlı ilişkiler geliştirmek gayesiyle, onların ihtiyaç ve davranışlarını daha iyi anlamak için kullanılan stratejidir. **Müşteri ilişkileri**, kuruluş ile müşteri arasında kurulan, satış öncesi ve satış sonrası tüm eylemleri kapsayan, karşılıklı fayda ve ihtiyaç tatmini içeren bir süreçtir. **Müşteri ilişkileri yönetimi**; müşterilerle daha güçlü ve uzun vadede firma için kârlı ilişkiler geliştirmek gayesiyle, onların ihtiyaç ve davranışlarını daha iyi anlamak için kullanılan strateji olarak tanımlanabilir. **Müşteri ilişkileri yönetimi**; işletmenin tamamına müşteri kavramını yerleştiren ve müşteri merkezli olma kültürünü benimseten bir strateji olarak ifade edilir. **Müşteri ilişkileri yönetimi**, müşteri ile iyi ilişkiler kurmak ve bunu devam ettirmek için gerekli eylemleri planlamak, organize etmek, yürütmek, uyumlaştırmak (koordinasyon) ve kontrol etmek işlevlerinden oluşan bir bütündür. Gelişen dünya ve gelişen ekonomik düzendeki şaşırtıcı yenilikler kavramsal alanda da köklü bir takım değişiklikleri de zorunlu kılmaktadır. Bu gelişim işletme davranışlarını müşteri merkezli hale getirmiş ve uzun dönemli ilişkiler kurmak ve bunu sadakate dönüştürmeyi zorunlu hale getirmiştir.

Müşteri İlişkileri: Kuruluş ile müşteri arasında kurulan satış öncesi ve satış sonrası tüm eylemleri kapsayan, karşılıklı fayda ve ihtiyaç tatminini içeren bir süreçtir.

Müşteri memnuniyeti, müşterinin, şartların yerine getirildiğinin, müşteri tarafından algılanan tatmin derecesidir.

Müşteri Memnuniyeti: Müşterinin, şartların yerine getirildiğinin, müşteri tarafından algılanan tatmin derecesidir. Müşteri şikâyetleri, düşük müşteri tatmininin yaygın bir göstergesidir. Ancak, bu şikâyetlerin olmaması mutlaka yüksek müşteri tatminini ima etmez. Hatta müşteri ile mutabık kalınmış ve şartların yerine getirilmiş olması bile, zorunlu olarak yüksek bir müşteri tatminini ima etmez.

Müşteri Odaklı Bakış Açısı (Customer-Centric View): Müşteriyi etkileyen herhangi bir kararda müşterinin istek ve ihtiyaçlarını temel kriter olarak alan yaklaşımdır.

Müşteri Odaklılık: Şirket ve tüm çalışanları olarak tüm faaliyet ve kararın sunulan ürünlerin müşterilere haz verecek, tatmin oluşturacak şekilde planlanmasına çalışmak ve sürekli tercih edilen bir kuruluş olabilmektir. Kuruluşun müşteriye rakiplerden daha fazla daha üstün değer sağlamak gayesiyle organizasyonun tüm birimleriyle müşteriyi anlama ve tanımayı hedefleyen ve buna gayret gösteren bir şekilde yapılanmasıdır. Müşteri odaklılık; müşteriye yakın olma, özen gösterme, müşteriyle kişisel bağ kurma ve müşteriyi takip ederek gerekli düzenlemeleri öngören bir anlayıştır. Yani, müşteri istek ve beklentilerini karşılama ilkesini, kuruluştaki tüm çalışanların görevi olarak ortaya koyan ve bu doğrultuda ürün kalitesini hedefleyen yaklaşımdır. 1970'li, 80'li ve hatta 90'lı yıllarda, büyümek isteyen işletmelere kârlı gördükleri hemen tüm alanlara girmeleri ve faaliyetlerini çeşitlendirmeleri

öneriliyordu. Ayrıca, ihtiyaç duydukları tüm hizmetleri de kârlılık ve güvenlik gayesiyle kendi bünyelerinde üretmeleri önerisinde bulunuluyordu. Bu anlayış ve uygulamanın sonucunda da işletmeler çoğu kez iyi yapamadıkları ve bilmedikleri işlerde kaynaklarını dağıtarak, ilgi odaklarını kaybederek temel iş alanlarındaki etkinliklerini yitiriyordu. Bu işletmeler, gerçek müşterilerinin beklentilerini karşılayamıyor ve faaliyet gösterdikleri hemen her alanda meseleler yaşıyordu. Günümüzde bu eğilimin neredeyse tam tersi geçerlidir. İş dünyasını izleyen kişiler, hemen her gün bir işletmenin kendi temel işiyle ilgisi olmayan bir faaliyetini terk ettiğini görmektedirler. Temel ilgi alanlarına girmeyen faaliyetlerini başka kişi veya kuruluşlara devreden veya bu alanlarda küçülen firmalar müşterilerinin ihtiyaçlarına daha fazla odaklanarak ve yalnızca iyi bildikleri işleri yaparak kârlarını ve büyümelerini daha hızlı artırmaktadırlar.

Müşteri Satınalma Süreci (Customer buying process): Bir müşterinin bir mal veya hizmet satın alınırken geçirdiği aşamalarıdır. Bunlar; ihtiyacın hissedilmesi, bilgi araştırma, alternatiflerin değerlendirilmesi, seçim, satınalma ve satınalma sonrası değerlendirmedir.

Müşteri Tatmini (Müşteri Memnuniyeti): Müşterinin yaptığı alışverişten beklediği sonuçlara ilişkin olarak aldığı karşılık ile harcadıklarını karşılaştırmasından doğan sonuçtur. Müşterinin beklentileri ile elde ettikleri arasındaki örtüşmenin oluşmasıdır. Müşterinin satın alma eyleminden önceki beklentiler ile satın alma eylemi gerçekleşikten sonra ürünün gösterdiği performans arasındaki farklılıkların değerlendirmesine ilişkin tepkisidir.

Müşteri tatmini; müşterinin bir mal veya hizmetten beklediği faydalara, katlanmaktan kurtulduğu külfetlere, mal veya hizmetten beklediği performansa ve sosyo-kültürel değerlere uygunluğuna bağlı bir işlemdir.

Müşteri Yaşam Süresi Değeri (Customer Lifetime Value): Müşterinin organizasyonla ilişkide olduğu süre boyunca organizasyona kazandıracığı tahmin edilen nakit akışıdır.

Müşteri; belirli bir mağaza veya kuruluştan düzenli bir şekilde alış-veriş yapan kişi veya kuruluşlar olarak tanımlanır.

Müşterinin Sesi (Voice of Customer):Müşterinin, mal veya hizmet ile ilgili fikirlerinin öğrenilmesi ve bu bilgilerin-süreçlerin geliştirilmesi gayesiyle kullanılmasıdır. Müşterinin sesini dinleme, kuruluşa ürünlerini veya hizmetlerini geliştirme imkânı sağlar.

Müşterinin Stratejik Değeri (Strategic Value): Müşterinin uygun stratejiler uygulandığında firmaya sağlayacağı gerçek değerinin ötesinde potansiyel olarak sağlayabileceği değer.

Müşteriyi Elde Tutma (Customer Retention): Uzun vadede müşteri sadakatini sağlamayı hedefleyen pazarlama stratejileri. Müşterileri elde tutmanın maliyeti yeni bir müşteri kazanmaktan her zaman daha azdır.

Mütekabiliyet-Karşılıklı davranış

Müteşebbis (Girişimci): Bir üretim faktörü olarak diğer üretim faktörlerini ahenkli bir şekilde bir araya getirerek belirli bir mal veya hizmeti üretmek veya sadece pazarlamak için kendi parasını veya başkalarından topladığı parayı diğer üretim faktörlerine yatırıp böylece kâr veya zarar ihtimalini göz önüne alan kişilere müteşebbis (girişimci) denir.

Mütevelli Heyeti: Bir vakfın veya bir kuruluşun yönetim işlerinin doğrudan bağlı bulunduğu kuruldur.

MYK: Mesleki Yeterlilik Kurumu= Meslek standardı oluşturur.

N

NAFTA: ABD ve Kanada arasında kurulmuştur.

Nakit Akış Tablosu: İşletme nakitlerinde bir dönemde meydana gelen artış ve azalışları göstermek için düzenlenir. Nakit akış tablosu, nakdin nasıl elde edildiğini ve hangi alanlara harcandığını gösterir. Bu tablonun analizi, işletmenin likiditesi veya kısa dönemli borçlarını ödeyebilme yeteneği hakkında bir fikir verir.

Nanoteknoloji; Yunanca 'cüce' fizikte bir metrenin milyarda biri anlamına gelen ölçü birimi olan **nanoteknoloji** ile atomlar veya moleküller tek tek alınıp hassas şekilde birleştirilerek istenen ürün elde edilmesidir. Bu teknoloji, yeni ekonominin altyapısını oluşturan yeni işletmeler, yeni iş modelleri ile faaliyette bulunmaktadır.

Nedret Kanununu: İnsan ihtiyaçları sonsuz; ancak onları karşılayan ihtiyaç maddeleri ise sınırlıdır. Yani "nedret" kelimesi "kıtlık" anlamında kullanılmaktadır. Dolayısıyla iktisat bilimi bu kıt kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanarak sınırsız insan ihtiyaçları karşılamaya çalışır. Evrendeki nispeten sınırlı kaynaklar iktisatta "Nedret Kanunu" ile açıklanmaktadır.

Nesiller: Kuşaklar arası başarı farklılıkları ve çatışmalar toplumda her zaman yaşanmaktadır. Geleneksel olarak 60 kuşağı, 70 kuşağı ve 80 kuşağı yerini artık X-Y-Z kuşağına bıraktı. Kuşak farklılıkları geçiş dönemlerindeki tarz değişikliklerini tarif etmek için kullanılırken şimdiki kuşak tamamen karakteristik özellikleri ile ayrılıyor. X-Y-Z kuşakları, aile yapısı, iş hayatları, satın alma ve tüketim gibi, yaşam tarzlarında birbirinden önemli farklılıklar göstermektedir. **X kuşağı;** teknolojiyi ileri yaşlarda öğrenmek durumunda kalan, sabırlı, çalışkan, müteşebbis ve donanımı iyi bir düzeyde olan nesildir. **Y kuşağı;** 1980 sonrası doğan, çocukluğunda teknolojiyi tanıyan, sabırsız, rahatına düşkün, çekingen olmayan, emir almayı sevmeyen, otoriteyi tanımayan, hızlı, tartışmacı olan ve aynı anda birden fazla iş yapan nesildir. **Z kuşağı;** doğrudan teknoloji içinde doğuyor ve teknolojiyi sadece iş hayatının değil tüm hayatının bir parçası olarak gören nesildir.

Nihai-Son

Niş Pazarlama (Niche Marketing): Dar, yoğunlaşmış, odaklanmış pazarlama yaklaşımı olarak da ifade edilen niş pazarlama, pazarlama karmasının unsurlarını tek bir pazar segmentini ele geçirmek için özel olarak bir araya getirmektir. Yani niş pazarlama, çoğunlukla sınırlı kaynaklara sahip firmaların küçük bir Pazar bölümüne tek bir ürün veya sınırlı sayıda ürünle hizmet vermesidir. Bu stratejiyi tercih etmenin temel sebebi ise Pazar yapısının buna müsait olmasıdır. Mesela;, tıbbi cihazlar pazarı çok özel bir pazar olması sebebiyle diğer pazarlama yaklaşımları için pek

uygun olmamaktadır. **Niş Pazarlama:** Dar, yoğunlaşmış, odaklanmış pazarlama yaklaşımı olarak; pazarlama karmasının unsurlarını tek bir pazar segmentini ele geçirmek için özel olarak bir araya getirmektir. Niş pazarlama, sınırlı kaynaklara sahip firmaların küçük bir pazar bölümüne tek bir ürün veya sınırlı sayıda ürünle hizmet vermesidir.

Nizâm: (a.i. ç. nizâmât.) 1-Dizi, sıra. 2-Düzen. 3-Düzenlilik, tertip. 4-Usul, yol. 5-Kaide, kanun. 6-Devlet tarafından konulan kaideler, kanunlar. 7-Bir işi düzenleyen kimse.

Nizam-Asayiş-Düzen

Nizâm-Düzen

Nizam-Düzen-Sistem

Nominal Değer (Par Value): Menkul değerlerin üzerinde yazılı olan değerdir. Bir hisse senedi başına sermayeden düşen payı belirtir.

Norm: Fransızca bir kelime olan norm; kabul edilmiş belli bir ölçü veya kural anlamına gelmektedir. Her toplumun kabul etmiş olduğu bir sosyal kabulü vardır. Bu o toplumun özünü oluşturur. Bu o toplumun özünü oluşturur. Kabul gören bu davranışını dışına çıkarmak o toplumun kurallarının dışına çıkmak anlamına gelir ve birey kuralın dışarisına çıktığı oranlarda tepki görür veya yalnızlığa mahkûm edilir. Norm: Yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural, düzgü yani önceden belirlenmiş kalıp, düzgü.

Normatif Ekonomi: Bir durumu hedef olarak gören, ekonomik düzenin nasıl olmasına dair fikirler üreten iktisat dalı olarak sosyal adalet, refahın yükselişi için neler yapılması gerektiğini ve belirgin ekonomik hedefler için yapılması gerekenleri araştıran bir iktisat dalıdır. Normatif ekonomi, ekonominin belirli yönlerinin arzu edilirliliği ile ilgilenir ve belirli iktisadi siyasetlerin desteklenmesinin teorik temelini oluşturur.

Nöbetleşme-Münavebe

Nöro-Pazarlama: Reklam öğesinin tüketici beyninde etkisini izleme.

O

Odaklaşma: Bir işletmenin rakipleri arasında üstün bir duruma geçmesini sağlayan ve evrensel şartlarla uyum içinde faaliyette bulunmayı gerektiren bir olgudur.

OECD-Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Organizasyonu-: Üye ülkelerin yüksek işlendirme ve finansal istikrar içinde büyümelerine, gelişme derecesi daha düşük üye veya üye olmayan ülkelerin kalkınmalarına, dünya ticaretinin çok yanlı ve ayırım gözetmeme ilkesi doğrultusunda gelişmesine yardımcı olmak gayesiyle Avrupa İktisadi İşbirliği Organizasyonunun isminin değiştirilmesiyle 1960 senesinde kurulmuş, halen 30 üyesi bulunan organizasyondur. İng.: Organization for Economic Cooperation and Development

Off-shore bankası: Diğer ismiyle kıyı bankacılığı, ülke dışında sağlanan fonların yine ülke dışında kullandırılmasını hedefleyen ve sektörle ilgili her türlü kanun ve yönetmeliklerin dışında kalan serbest bankacılık olarak tanımlanmaktadır.

Okey-Tamam

Okey-tamam

Olasılık-İhtimal

Olasılık-ihhtimal

Oligark: Servetinin kaynağı karanlık olan işadamlarına verilen isimdir.

Oligarşi: Küçük ve ayrıcalıklı bir grubun iktidarda olduğu yönetim şeklidir. Yunancadaki 'az' ve 'yönetim' kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulmuş bir kelimedir.

Oligopol (Oligopoly): Az sayıda büyük firmanın pazarın çok büyük bir kısmını kontrol ettiği rekabetçi pazar yapısı.

Online-Çevirim içi

Online-çevirimiçi

Ontoloji-Varlık sebebi

Ontoloji-varlık sebebi

OPEC: Cezayir, Gabon, Endonezya, İran, Irak, Kuveyt, Libya, Nijerya, Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn, Meksika ve Venezüella gibi, petrol ihraç eden ülkeler tarafından kurulmuştur. Gayesi petrol fiyatlarının aşırı düşmesini, ürün arzının çoğalmasını kontrol etmektir.

Optimist-İyimser

Optimist-iyimser

Organik (Ekolojik) Tarım: Belirli kural ve ihtiyaçlar çerçevesinde kimyasal gübre, ilaçlama ve hormon kullanmadan yapılan ve tabiatı sömürmeyen sürdürülebilir bir tarım metodudur. Yani tabi üretim yöntemlerinin günümüz şartları ve bilgileri ışığında yapılmasıdır.

Organizasyon (kurum-işletme) kültürü; bir organizasyonun temel değerlerini ve inançlarıyla bunları çalışanlara ileten sembol, merasim ve mitolojilerin tümüdür. Diğer bir tanımla **organizasyon kültürü;** yeterli ölçüde sağlam çalıştığı düşünülen dış uyum ve iç entegrasyon meseleleriyle başa çıkmayı öğrenen belli bir kişi, grup ve toplum tarafından oluşturulan, keşfedilen ve geliştirilen, aktarılan temel varsayımlar, inançlar ve değerler bütünüdür. **Baskın kültür;** organizasyonun elemanlarının büyük çoğunluğu tarafından kabul edilen temel değerleri ifade eder. Bir organizasyonun kültüründen bahsederken baskın kültürden yani organizasyon üyelerinin çoğunluğunun kabul ettiği kültürden bahsediliyor demektir. **Alt kültürler** ise, genellikle büyük organizasyonlarda görülür ve çalışanların karşılaştıkları ortak meseleleri, durumları veya tecrübeleri yansıtır ve bu alt kültürler coğrafi olarak ayrımlarda veya bölümlerin görevlendirilmesi sırasında ortaya çıkar.

Organizasyon çatışması: Kuruluşlarda kişiler ve grupların birlikte çalışma meselelerinden kaynaklanan ve normal faaliyetlerin durmasına veya karışmasına sebep olan olaylar olarak tanımlanabilir.

Organizasyon Geliştirme İşlevi: Zamanla ortaya çıkan organizasyon yapısına ilişkin meseleleri çözerek etkili ve katılımlı bir organizasyon kültürü oluşturma ve organizasyonun mesele çözme ve kendini yenileme süreçlerini geliştirmek üzere yürütülen uzun süreli faaliyetlerdir. Organizasyon geliştirme; organizasyonların yeni teknolojilere, pazarlara, tehlikelere ve değişime daha etkili ayak uydurabilmeleri için inançlarını tutumlarını, değerlerini ve yapılarını geliştirmeye yönelik bir eğitim stratejisidir.

Organizasyon Geliştirme: Daha etkili ve katılımlı bir organizasyon kültürü meydana getirerek organizasyonun mesele çözme ve kendini yenileme süreçlerini geliştirmek üzere girişilen uzun süreli çabalar. Başka bir tanımla organizasyon geliştirme, organizasyonun yeni teknolojilere, pazarlara, tehlikelere ve değişimin kendi hızına daha etkili ayak uydurabilmeleri için inançlarını tutumlarını, değerlerini ve yapılarını değiştirmeye yönelik karmaşık bir eğitim stratejisidir.

Organizasyon iklimi; organizasyona kimliğini kazandıran, görevlilerin davranışlarını etkileyen ve onlar tarafından algılanan, organizasyona hâkim olan özellikler dizisidir. Diğer bir tanımla **organizasyon iklimi;** çalışanların değerleri ve birbirleriyle olan ilişkileri, çalışma durumları ve birlikte davranış, organizasyon gayelerine ulaşmada belirleyici faktörlerdir.

Organizasyon Kültürü –İşletme Kültürü-: Bir organizasyonun temel değerlerini ve inançlarıyla bunları çalışanlara ileten sembol, tören ve mitolojilerin tümüdür. Organizasyon kültürünün unsurları; değerler, varsayımlar, normlar, inançlar, semboller, kahramanlardır. Değerler, iş görenlerin işlem ve eylemlerini nitelendirmeye, değerlendirmeye ve yargılamaya yarayan ölçütlerin kaynağıdır. İnsan, nesne ve olayların organizasyon toplumca ne değerde bulunduğunu organizasyonca geliştirilen kültürel değerler belirler. Organizasyon kültür ile organizasyon iklimi bazen karıştırılır; iklim iş görenlerin davranış ve tutum özelliklerini sergiler ve daha fazla deneysel ve dış gözleme dayanırken, kültür ise daha çok organizasyonun görünen unsurlarını ortaya koyar.

Organizasyon Pazarlama (Organization Marketing): Üyeleri, bağış verenleri, katılımcıları ve gönüllüleri belirli bir organizasyona çekmek gayesiyle tasarlanan ve uygulanan, kâr gayesi gütmeyen reklam.

Organizasyon Pazarlama: Üyeleri, bağış verenleri, katılımcıları ve gönüllüleri belirli bir organizasyona çekmek gayesiyle tasarlanan ve uygulanan, kâr gayesi gütmeyen pazarlamadır.

Organizasyon: Teşkilat olarak da ifade edilen organizasyon kavramının **süreç** ve **yapı** olarak başlıca iki anlamı bulunmaktadır. **Bir süreç olarak** organizasyon; gayelere ulaşmak için yapılacak işlerin tanımlanması ve gruplanması, işleri yapacak kişilerin ve onların yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi, insanların bir arada etkin ve verimli bir şekilde çalışabilmesi için gerekli fiziki ortamın hazırlanmasıdır. Süreç olarak organizasyon kavramı organizasyon, organizasyon işlemi veya organize etme kavramları kullanılabilir. **Bir varlık veya yapı olarak** organizasyon; belirlenen gayelere ulaşmak üzere, birden fazla kişinin bir araya gelerek düzenli ve birbirini takip eder şekilde çaba gösterdiği bir yapı olarak ifade edilir. Organizasyon, organize etme ve teşkilatlanma olarak da ifade edilen organizasyon işlevi tipik olarak planlama işlevini izler ve işletmenin planı nasıl başarmaya çalıştığını yansıtır.

Organizasyona Bağlılık: Sadakat, organizasyonla özdeşleşme, organizasyon gayelerini kabul etme gibi, kavramlarla organizasyona bağlılık açıklanmaya çalışılır. Daha açık bir tarif ile **organizasyona bağlılık**, kişinin çalıştığı sürekli katılımı yoluyla ortaya çıkan olumlu bir tutum olarak ifade edilebilir.

Organizasyonel Tükenme: Günümüzün organizasyon hastalığı olarak 1970’li senelerden itibaren araştırılan bu konu; yaptıkları iş gereği diğer insanlarla yüz yüze gelen ve sosyal ilişkilerin yoğun yaşandığı iş ve çalışmalarda sık olarak ortaya çıkan tükenmişlik duygusu; bilhassa avukat, hemşire, polis, sosyal işçilik, doktor ve öğretmenlik gibi, mesleklerin ortak problemi olarak görülmektedir.

Orta büyüklükteki işletmeler: Genelde 6–50 arasında çalışanı olan ve onlara yakın ilginin gösterildiği; dayanıklı ve dayanıksız tüketim ürünlerinin üretildiği sanayi dallarında tüketicilerin özel isteklerini karşılayarak, fiyattan ziyade kaliteye önem veren, özel istek ve eğilimlere uygun kaliteli mal ve hizmet üreten işletmelerdir. Bu tür işletmelerde çalışanlara daha candan davranırlar ve bunun karşılığında da çalışanlar, işletmeye sahip çıkar, isteyerek çalışır, işletmenin faydasına olacak her türlü gayreti göstermeleri sebebiyle büyük işletmelere oranla, daha başarılı olmaktadır. İsviçre ve Japonya çok güçlü rakiplerine karşı genellikle orta büyüklükteki işletmeler ile dünya pazarlarında başarılı olmuşlardır. Yönetim organları sade olduğu için, çok hızlı karar alarak, değişen sosyo-ekonomik şartlara kolayca uyum sağlayabilirler.

Orta gelir tuzağı, kişi başına gelir düzeyinin belirli bir aşamadan öteye gidememesi anlamına geliyor. Belirli bir noktadan sonra bir ekonomide kişi başına gelirin arttırılabilmesi için o ekonominin, içinde bulunduğu sisteme uygun atılımları yapması gerekiyor.

Ortak-Müşterek

Ortasandık: 13. Yüzyılda Orta Asya’dan gelen Türk tüccarların yerleşik Bizans esnafıyla rekabet edebilmek için “Ortasandık” uygulaması getirilmiştir.

Oryantalizm: Şarkiyatçılık, Şarkiyat; Yakın ve Uzak Doğu toplum ve kültürleri, dilleri ve halklarının incelendiği batı kökenli ve batı merkezli araştırma alanlarının tümüne verilen ortak isimdir. Kavram, bazı kesimlerce olumsuz bir yan anlamla 18. ve 19. asırlardaki sanayi kapitalizminin gelişme döneminin zihniyetince şekillendirilmiş Amerikalı ve Avrupalıların Doğu araştırmalarını tanımlamakta kullanılmıştır.

Oryantalizm: Şarkiyatçılık, Şarkiyat; Yakın ve Uzak Doğu toplum ve kültürleri, dilleri ve halklarının incelendiği batı kökenli ve batı merkezli araştırma alanlarının tümüne verilen ortak isimdir. Kavram, bazı kesimlerce olumsuz bir

yan anlama 18. ve 19. asırlardaki sanayi kapitalizminin gelişme döneminin zihniyetince şekillendirilmiş Amerikalı ve Avrupalıların Doğu araştırmalarını tanımlamakta kullanılmıştır.

Oryantasyon: Yeni çalışanlara organizasyonu ve kendi iş birimlerini tanıtmak ve işe alıştırmak için gerçekleştirilen aktivitelerdir.

Otomasyon-Özdevinim: Üretimin, yönetimin ve toplumsal olarak zorunlu diğer süreçlerin insanın doğrudan doğruya katılması olmadan başarılmasını mümkün kılan en yüksek uygulama ve gelişme aşaması.

Otorite (Yetki): Başkalarını yönetme, onlardan bir şeyi yapmalarını isteme ve karşılığında itaat bekleme hakkıdır. Diğer bir ifade ile **yetki**, başkalarını gayelere doğru yönlendirmek ve onlara iş yaptırabilmek için yöneticinin elinde bulundurduğu bir haktır. **Yetki (otorite):** Başkalarını yönetme, onlardan bir şeyi yapmalarını isteme ve karşılığında itaat bekleme hakkıdır. Yetki organizasyon açısından yönetim makamlarına verilmiş bir haktır.

Outlet: Çıkış, yol, açılma fırsatı, pazar, satış yeri. Amerika'da 1980'lerde ortaya çıkan bir uygulama olarak; fabrika satış, üretim fazlası, defolu, indirimli veya seri sonu ürünlerin satıldığı mağazalar için kullanılan bir kavramdır.

Ö

Ödemeler Dengesi: Bir ülkenin belirli bir zaman dilimi içinde dünyanın geri kalan kesimiyle yaptığı uluslararası işlemlerin parasal değerini gösteren hesap açıklaması. Açıklamada bir ülkedeki bireylerin, işletmelerin ve hükümet dairelerinin tüm diğer ülkelerde bulunanlarla yürüttüğü işlemlerin toplamı yer alır. Yani ödemeler dengesi, bir ülke ile diğer ülkeler arasında belli bir dönem içinde oluşan ekonomik ilişkilerin tamamını özet halinde ve sistematik bir şekilde gösteren bilânçodur. Bir ülkenin diğer ülkelerle bir yılda yaptığı iktisadi işlemlerin kayıt edildiği tabloya ödemeler dengesi denilmektedir.

Ödemeler dengesi; bir ülkenin belirli bir zaman dilimi içinde dünyanın geri kalan kesimiyle yaptığı global (dış) işlemlerin para olarak değerini gösteren hesap açıklamasıdır.

Ödenmiş Sermaye: Esas sermaye sistemine tabi ortaklıklarda, ortaklarca taahhüt edilen sermayenin nakden ödenmiş bölümüdür.

Ödün-Taviz

Ödün-taviz

Öfke, günlük hayatta hissedilen; sevgi, endişe ve korku gibi insani temel duygulardan biridir. Kişi engellendiğini, maddî veya manevî bir kayba uğrayacağı tehdidini algıladığında öfkelenir. Kişi bu haldeyken, çevresine zarar vermeden iradesini devreye koyarak öfkesini kontrol altına alabilir.

Öge-unsur

Öge-Unsur

Öğrenen Organizasyon: En iyi organizasyon uygulamalarını tespit etmek için çok yönlü araştırmayla başlayan, hem kendi, hem de başkalarının performansı ile ilgili dikkatli incelemelerle süren, sistematik işletme ziyaretleri ve mülakatlar vasıtasıyla işletmenin gelişimine imkân sağlayan ve sonuçların analiziyle tavsiyelerin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla sonuçlanan bir disiplin. Öğrenen organizasyon; kişilerin arzu ettikleri neticeleri elde etmek için kapasitelerini sürekli olarak geliştirdikleri, düşünce şekillerinin ortaya atıldığı, insanların sürekli şekilde beraber öğrenmeyi öğrendikleri organizasyonlardır. Diğer bir tanımla, öğrenen organizasyon; bilgi üretimi, temini ve iletimi alanlarında etkin olan ve kurumsal davranışları yeni bilgi ve tahminler çerçevesinde dönüştüren organizasyondur.

Öğrenen Pazarlama: Pazarlamanın dinamik bir yapıda sürekli gelişen pazarlama şartlarını hızlı ve sistematik bir şekilde öğrenen ve kendisini sürekli geliştiren bir süreçtir.

Öğrenilmiş Çaresizlik: İnsan, bir problem ile karşılaştığında bütün çabaları ve denemeleri sonucunda çözüme ulaşamadığını gördüğünde içinde bulunduğu durumu kabullenir ve yeni çözüm yolları aramaktan vazgeçme haline denir. Artık ne kadar çaba harcarsa harcasın durumu değiştiremeyeceğini düşünerek pasif kalır ve dahi bir adım ileriye giderek bu pasifliği istemediği bütün durumlara geneller. Öğrenilmiş çaresizlikte sonuç ne olursa olsun kabullenme var ve "Ne olursa olsun umurumda değil" eğilimi oluşur. İsteksiz olma, pasif olma, depresyon, korku, her türlü sonucu kabul etmeye yönelik isteklilik ve boyun eğme vardır.

Öğrenme Teorileri: Öğrenmenin nasıl oluştuğunu açıklamaya çalışan öğrenme teorileri günümüzde üretim, tüketim ve pazarlama uygulamalarının çoğuna temel oluşturmaktadır. Öğrenme konusunda; davranışçı, bilişsel ve duyuşsal öğrenme olarak başlıca üç teorik yaklaşım bulunmaktadır. Bu üç alan arasında çok sıkı bir ilişki olduğundan bunları kesin çizgilerle birbirinden ayırmak imkânsızdır.

Öğrenme: Geniş anlamıyla davranışlarda meydana gelen kalıcı bir değişikliktir. Öğrenmenin birden çok tanımı yapılabilmektedir. Bunlardan bazıları: **Öğrenme**, bir davranış değişikliği meydana getirme sürecidir. **Öğrenme**, alıştırma ve uygulamaların oldukça sürekli olan etkilerine verilen isim. **Öğrenme**, belli bilgi, beceri ve anlayışlar edinme faaliyetidir. **Öğrenme**, tepki ve davranışlarda her zaman veya bazı durumlarda yaşantıların oluşturduğu değişme olarak görülür. **Öğrenme**, belli durumlar ve meseleler karşısında tepki ve davranış oluşturma, bunları değiştirerek yenilerini kazanabilme yeteneği olarak da ifade edilir. Davranış değişikliğini kalıcı haline getirmek eğitim ile gerçekleşir. **Eğitim**, kişinin öğrenim sonucunda elde ettiği bilgileri uygulamaya dönüştürmesini sağlayacak davranış değişikliğini oluşturan, gayeleri belirlenmiş planlı bir etkinliktir. Bu manada öğretim ile eğitim iç içededir. Verilerin beş duyu; işitme, görme, tatma, dokunma ve koklama aracılığı ile beyne giriş öğrenmeyi başlatır. Veriler, ilgili ve ihtiyaçlar arasında yer alıyorsa, öğrenme derecesine göre hafızaya kaydedilir ve böylece öğrenme gerçekleşir.

Öğretim: Belli bir gayeye göre gereken bilgileri verme işi, tedris, tedrisat, talim

Ölçek Ekonomisi (Scale economy): Bir organizasyonun büyüklüğünden ve iş hacminden dolayı elde ettiği maliyet avantajlarıdır. Firmaların büyüklüğünden kaynaklanan unsurlar, maliyetlerin düşürülmesi, verimlilik ve üretimin artması ve bunun sağladığı tasarrufların oluşturduğu olumlu sonuçlara “ölçek ekonomileri” etkileri denmektedir.

Ölçüt-Kriter-Kıstas

Ölçüt-kriter-kıstas

Ön Sipariş (Advance order): İstenen sevkiyat zamanından çok daha öncesinde verilmiş sipariş. Gerçek satın alma sezonundan önce verilen ön sipariş satıcının işlerinin durgun olduğu sezonda ana kazanç sağladığı için daha düşük fiyat avantajı oluşturur.

Önemli-Ehemmiyetli-Mühim

Önlem-Tedbir

Önlem-tedbir

Önsöz-Takdim

Örf-Adet-Gelenek-Görenek

Örf-adet-gelenek-görenek

Örgüt-Organizasyon

ÖŞÜR: İslam devletlerinde Şeriat yasalarına göre, Müslüman reayadan alınan 1/10 oranındaki ürün vergisidir. Bu vergi ürün üzerinden ürün olarak alınır. Öşürün çoğulu aşardır.

Öz sermaye: Kurucular veya ortaklarca yüklenilen sermaye olarak; ödenmiş sermayeden, yedek sermayeden, karşılıklardan ve dağıtılmamış kârlardan oluşur.

Öz Yönetim (kendi kendine yönetme): Bir kişinin davranışlarını, kendisinin geliştirdiği kurallara ve değer yargılarına göre değerlendirmesi ve bu çerçevede kendisini yönetmesine denir. **Özdenetim;** bir kişinin kendi davranışlarını, geliştirdiği değerlere ve kurallara göre değerlendirmesidir.

Özdekçilik: İnsanın çevresindeki dünyanın nesnel bir gerçekliği olduğunu ve bilimsel olarak anlaşılabilir açıklanabileceğini savunan felsefe akımıdır.

Özel Mülkiyet: İnsanların her türlü taşınabilir (menkul) ve taşınmaz (gayrimenkul) değerlere (arazi, makine, mal, para, patent vb.) sahip olma, satma ve kullanma hakkıdır. İnsanlar mülkiyet üzerinde her türlü hakka sahip olmak isterler.

Özelleştirme; kamu iktisadi teşebbüslerinin özel sektöre devredilmesi ile daha önce kamu sektörü tarafından üretilen mal ve hizmetlerin özel sektör tarafından üretilmesini sağlayarak, devletin ekonomideki payının azaltılması hedeflenir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kamu iktisadi girişimlerinin verimli çalışmadıkları, bundan dolayı da devletin bütçesine yük oldukları, dolayısıyla bunların özel sektöre satılması gerektiği görüşü 1980'li yıllarda kabul görmeye başlamıştır.

Özellikle-Bilhassa

Özellikle-bilhassa

Özellikli Ürün Mağazaları (Speciality store): Sınırlı sayıda ve genellikle birbirini tamamlayıcı nitelikte ürün kategorileri üzerinde yoğunlaşan ve üst düzeyde hizmet sunan mağazalardır.

Özellikli Ürünler (Speciality goods): Bir müşterinin bulmak ve satın almak için özel çaba harcamasını gerektiren ürünlerdir.

Özellik-Nitelik-Vasıf

Özellik-nitelik-vasıf

Özendirme-Teşvik

Özendirme-teşvik

Özgeçmiş-Hal Tercümesi-CV=Curriculum Vitae

Özgü-Münhasır

Özgü-münhasır

P

Para Arzı: Para stoku anlamında da kullanılır. Belirli bir anda ekonomide dolanımda bulunan ve para olarak kullanılan araçların toplamıdır.

Para Piyasası: Kısa vadeli fon (kredi) arz ve talebinin karşılaştığı, genellikle merkez bankaları tarafından yönlendirilen piyasalardır.

Para politikası; hükümetin merkez bankasının veya para otoritesinin, ekonomiye, para arzı yönetimi veya döviz piyasası işlemlerini kullanarak yön vermesini ifade eder.

Para yerine geçenler: Bankacılık hizmetlerinin gelişmesi ile banka hesabında para olmadan, “plastik para” olarak isimlendirilen “kredi kartları” gibi ödeme araçları ile alış-veriş yapılabilmesidir. Dijital cüzdan döneminde; dijital ödemelerin 2014 senesinde kâğıt tabanlı ödemeleri geçtiği tespit edilmiştir. Yakın alan iletişimi (NFC: Near Field Communication) çiplerinin ucuzlaması ile yaygınlaşması dijital cüzdan uygulamalarını artırmaktadır. Mobil olanda ödeme çeşitleri ve miktarları sürekli artmaktadır.

Para: Değişim, değer muhafaza (saklama), hesap birimi ve ödeme aracı işlevlerini yerine getiren, basımı, değeri ve değişimde kullanılması kanunlarla belirlenen ve toplum tarafından benimsenen değişim araçlarının tamamıdır.

Para; değişim, değer muhafaza (saklama), hesap birimi ve ödeme aracı işlevlerini yerine getiren, basımı, değeri ve değişimde kullanılması kanunlarla belirlenen ve toplum tarafından benimsenen değişim araçlarının tamamıdır.

Para; değişim, değer muhafaza (saklama), hesap birimi ve ödeme aracı işlevlerini yerine getiren, basımı, değeri ve değişimde kullanılması kanunlarla belirlenen ve toplum tarafından benimsenen değişim araçlarının tamamıdır. Ülke içerisinde üretici ve tüketicilerin piyasalarda karşılaşarak alış-veriş yapabilmelerini sağlayan paranın dolaşımı ve miktarı para teorisi çerçevesinde hükümetlerin yürüttüğü para siyaseti (politikası) ile belirlenir. **Para politikası,** hükümetin merkez bankasının veya para otoritesinin, ekonomiye, para arzı yönetimi veya döviz piyasası işlemlerini kullanarak yön vermesini ifade eder. **Para teorisi** ise ekonomi için en uygun (optimal) para siyasetinin belirlenmesini sağlar. Para politikasına genellikle; genişletici para politikası, ekonomideki toplam para arzının artırılması veya daraltıcı para politikası, ekonomideki toplam para arzının azaltılması şeklinde atıfta bulunulur. **Genişletici para politikası,** ekonomideki durgunluk (resesyon) dönemlerinde ortaya çıkan işsizliği (para arzının artması sonucunda artan para miktarının, "paranın fiyatı" olan faizi düşüreceği varsayımından hareketle) bertaraf etmek gayesiyle uygulanırken; **daraltıcı para politikası,** enflasyon oranını (para arzındaki azalışın, paranın fiyatı olan faizleri yükselteceği, yükselen faizin ise insanların marjinal tüketim eğilimini azaltıp, marjinal tasarruf eğilimini artıracığı varsayımından hareketle) düşürmek gayesiyle uygulanmaktadır. **Enflasyon,** fiyatlar genel düzeyinin sürekli ve hissedilir artışını ifade eden bir durumdur. Diğer bir ifade ile **enflasyon,** nominal millî gelirin, bu gelire satın alınan mal miktarına (gerçek millî gelire) nazaran artması yani şişmesi (deflasyonun tersi) demektir. **Deflasyon,** genel olarak piyasada fiyatların belirli bir zaman aralığında sürekli düşüş göstermesi durumudur. **Devalüasyon,** sabit kur sistemlerinde ödemeler dengesi açık veren ülkenin ulusal parasının dış satınalma gücünün, hükümet tarafından alınan bir kararla düşürülmesidir. Diğer bir ifade ile **devalüasyon,** bir devletin resmi para biriminin diğer ülke dövizleri karşısında değer kaybettirilmesini ifade eder. Devalüasyon sonucu ithal ürünler pahalılaşırken yerli ürünlerin fiyatı da aşağı çekilmiş olur ve böylece yerli ürünlere dış talebin artacağı varsayılır. Devalüasyonu hızlandıran bir durum da ülkeden çıkmak isteyen dış yatırımcıların döviz talepleri ile iç döviz talebi karşılanamadığı için gerçekleşiyor. **Para talebinin sebepleri;** (1)muamele saiki, (2)ihtiyat saiki, (3)spekülasyon saiki olarak sıralanabilir. **Paranın özellikleri:** **Taşınabilir olması:** Ticari işlemlerin kolayca yapılabilmesi; paranın ağırlığı ve hacmi bakımından taşımaya müsait olması gerekir. **Bölünebilir olması:** Değişik miktarlardaki ödemelerin yapılabilmesi için, paranın ifade ettiği değer muhtelif olması, kolayca bölünebilir ve birbirine dönüşebilir olması gerekir. **Dayanıklı olması:** Paranın ısı, nem, aşınma, bozulma gibi dış etkilere karşı dayanıklı olması gerekir. **Kabul görmesi:** Paranın ülke, diğer ülkeler ve halkın resmi olarak benimseyip, tanımlanılıp kullanımı gerekir. **Paranın işlevleri: Mübadele (değişim) aracıdır:** Mübadele döneminde takasın getirdiği zorlukları ortadan kaldırmak için herkesçe kabul edilen mübadele aracı olarak ürün ile ürünün değiştirilmesi yerine, ürün ile paranın değiştirilmesi kabul edildi. Paranın mübadelelerde aracı görevi üstlenmesi, toplumda ekonomik gelişimi hızlandırdı. **Ortak değer ölçüsüdür:** Mal veya hizmetlerin alım satım değeri toplum tarafından kabul edilmesi ve kabul edilen ürünler için ifade edildiği değer fiyat, fiyatın sembolleştirildiği araç ise paradır. Böylece herkes tarafından kabul edilen değer ölçüsünün sabit kalması gerekir. **Tasarruf ve borçlanma aracıdır:** Kişiler gelirlerinin bir kısmını hayatlarını devam ettirecek ihtiyaçlarını karşılamak için harcarken, kalan ihtiyaç fazlası kısmın elde tutulması ile tasarrufa yönelirler. Tasarruf, gelirin harcanmayan kısmı olarak kişi, kurum ve ülke açısından yatırımın kaynağını teşkil etmesi sebebiyle arzu edilir. **İktisadi siyaset aracıdır:** Paranın iktisadi olaylar üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisinden dolayı devlet ekonomideki büyümenin dengeli ve istikrarlı sürdürülebilmesi için para ile ilgili; vergiler, sıkı para siyaseti, indirimler ve faiz oranları gibi kararlar alabilir. Ülkedeki para ile ilgili alınan karar ve yapılan uygulamalara para siyaseti denir. **Para çeşitleri: Mal Para:** Madenlerin mübadele kullanıldığı dönemlerde üzerinde o madenin değeri yazılarak kullanılabilen sikke gibi paralardır. Kendi öz değeriyle ihtiva ettikleri maden miktarı temsil ettikleri satınalma gücüne çok yakın olan altın ve gümüş gibi ödeme araçlarıdır. Mal para niteliğindeki sikkeler eritilince, elde edilen madenin piyasa fiyatı, resmi kıymetine çok yakındır. Mal para artık ülkelerin iç piyasalarında kullanılmamakta, geçerli olduğu değişim alanı, milletlerarası ödemelerdir. **Temsili Paralar:** Kıymetli madenler karşılığında basılan ve tekrar o madene çevrilebilen ve günümüzde kullanılan paralara temsili para denilir. İşin başında yüzde yüz altına çevrilebilir özelliğe sahip olan temsili paralar, zamanla yerinin kâğıt paraya bırakmıştır. **Altın ve Gümüş Sertifikaları:** Altın ve gümüşün para olarak kullanıldığı dönemlerde taşıma ve muhafaza zorluğundan dolayı bu madenler bankerlere emanet edilerek karşılığında alınan sertifikaların temsil ettikleri para yerine geçmek üzere mübadelelerde aracı olarak kullanılması ile ilk temsili para ortaya çıkmıştır. Altın ve gümüş sertifikalarının en mühim özelliği, bu belgeleri veren kurumun kasasında % 100 karşılığının bulunmasıdır. **Banknot:** Altın ve gümüş sertifikaları veren bankalar, kendilerine emanet edilen altın ve gümüşlerin büyük bir kısmının geri istenmediğini görmeleriyle, kendilerinden borç isteyenlere, borç para yerine sertifika vermeye başladılar. Bu şekilde % 100 değerli maden karşılığı olmayan, ancak istenildiği zaman altın veya gümüşe çevrilebileceği garantisi olan sertifikalar kullanılmaya başlanmıştır. Bu sertifikalara, "banka notu" anlamına gelen "banknot" denildi. Önceleri her banka banknot çıkarabiliyor iken yaşanan bazı olumsuzlukları önlemek için, banknot çıkartma yetkisi Merkez Bankalarına verilmiştir. **Kâğıt Para:** Merkez bankalarının banknotları altına çevirmesi yerine kâğıt para ile değiştirilmesi sistemini getirmeleriyle zamanımızda her ülke parasını kendi merkez bankası ile basarak piyasaya sunmaktadırlar. **Madeni Para:** Küçük ve kusurlu ödeme ve tahsilâtın rahat yapılması için bir miktar kâğıt para karşılığında gelen tutarda madeni para basılır. Türkiye'de bozuk paraları Hazine, kâğıt paraları ise Merkez Bankası basar. **Kaydı Para (banka parası):** Ödeme işlemlerinde kullanılan banka mevduatıdır. Kişiler paralarını vadesiz mevduat hesaplarına yatırarak, ödemelerini çekle, kredi kartıyla veya virman yoluyla yapmaktadırlar. Kaydı para kullanımı, nakit para taşımak ve nakit ödemekten daha kolaydır. **Para yerine geçenler:** Bankacılık hizmetlerinin gelişmesi ile banka hesabında para olmadan, "plastik para" olarak isimlendirilen "kredi kartları" gibi ödeme araçları ile alış-veriş yapılabilmesidir. Dijital cüzdan döneminde; dijital ödemelerin 2014

senesinde kâğıt tabanlı ödemeleri geçtiği tespit edilmiştir. Yakın alan iletişimi (NFC: Near Field Communication) çiplerinin ucuzlaması ile yaygınlaşması dijital cüzdan uygulamalarını artırmaktadır. Mobil olanda ödeme çeşitleri ve miktarları sürekli artmaktadır. **Karapara**, kanun dışı yollardan elde edilen para ve para yerine geçen her türlü kazançtır. Uluslararası literatüre göre kayıt dışı olan ekonomik faaliyetler **kara para** ismiyle değil, **gri para** olarak isimlendirilmektedir. **Kayıt dışı ekonomi**, devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen/geçirilemeyen ve bu sebeple kontrol edilemeyen ekonomik faaliyetlerdir. Kayıt dışı ekonominin, mal ve hizmet üretimine konu olmasına mukabil ekonominin geleneksel kriter yöntemleriyle tamamıyla tespit edilemeyen ve GSMH hesaplamalarına yansımaya alanları kapsadığı kabul edilir. Para sisteminin esası altın ve gümüş, değer ölçmede sağlam, siyasi hesaplara ve spekülasyona (vurgunculuk) kapalıdır. Ürünlerin para olarak değer ölçüsünü toplumun inisiyatifine bırakmadan, değişmeyen (sabit) ve sağlam bir para birimi olan mal para olarak ifade edilen altın veya gümüşe bağlamak ekonomik faaliyetlerin yürütülmesinde daha adaletlidir. Yeryüzünden çıkarılan altının yarısından fazlası hükümetlerin ve merkez bankalarının elindedir. Altın, gerek her ülkede kâğıt para emisyonunun güvencesi olarak, gerek milletlerarası bir ödeme aracı olarak eskiden beri büyük önem taşımaktadır.

Paradigma: Değerler dizisi.

Paradigma-Değerler dizisi

Parametre-Değişken

Parapsikoloji; insanın metafizik/fizik ötesi boyutunu ele alarak insanın duygu ve düşünce dünyasını belirleyen süreç ile insan davranışlarının ruhi kökenlerini, çeşitli davranış kalıpları arasındaki çok yönlü münasebet ve bağlantıları inceleyen disiplindir. Ruhun mahiyetini, dış ve iç duyuları, hayal, tasavvur, zekâ ve akıl gibi, melekeleri inceleyen psikolojinin konuları motivasyon, algılama, tutumlar, kişilik ve öğrenmedir. **Sosyoloji (toplum bilimi);** toplumun oluşum, işleyiş ve gelişim kanunlarını inceleyen bilim dalıdır. **Sosyal psikoloji;** toplumun insan davranışlarına etkisini konu edinen bilim dalıdır. **Antropoloji;** insanın kökenini, evrimini, biyolojik özelliklerini, toplumsal ve kültürel yönlerini inceleyen bilim, insan bilimidir.

Paravan: İsim, yetki ve gücünden kendisine bildirmeden faydalanılan kişi veya kuruluş demektir. Mentşelerle birbirine bağlı birkaç parçadan oluşan ve yapılarda bazı bölümleri ayırmakta kullanılan, katlanır, taşınır çerçeveli perde.

Parkinson Önemsizlik Kanunu: Yönetimde aşırı bürokrasi ve aşırı personel istihdamı dolayısıyla, verimin giderek düşeceğini belirten bir ilke olarak; teknolojik ilerleme, yönetimde personele olan ihtiyaçları azaltmakta ancak uygulanan istihdam politikaları dolayısıyla çalışanlara yol verilememekte, bunlara yeni görevler bulunmaya çalışılmaktadır. Diğer bir ifade ile her yeni bürokratik görev yeni personele ihtiyaç doğurur ve personel alımı ise kırtasiyeciliği artırır, verimi düşürür. "Bir iş, daima, bitirilmesi için kendisine ayrılan sürenin hepsini kapsayacak şekilde uzar" ilkesi kanunun temelini oluşturur. Bu kanuna göre, çalışanlar bir işi; ancak onun için belirlenen zaman dâhilinde veya o zamanı aşacak şekilde yapmaya eğilirler. Eğer iş için belirli bir zaman belirlenmemişse, bu takdirde işin bitirilmesi oldukça geniş bir zaman yayılabilir. Bürokratik personel sayısı ile yapılacak iş ters orantılıdır, iş azaldıkça personel artar.

Part time-Yarı zamanlı

Part time-yarı zamanlı

Patent (İhtira Berati): Oluşturucu bir fikir mahsulü olan, sanayide uygulama alanı bulunan buluşların işletilmesi konusunda buluş sahibine, belli bir zaman için münhasır hak temin etmek gayesiyle, ilgili mevzuatın dünyada öngördüğü hüküm ve şartlara uygun olarak, devletçe verilen ve korunan bir hakkı gösteren belgedir. Buluş, berat, patent hakkı olarak da ifade edilen ihtira beratları taklitlere karşı Kuruluşları korumaya çalışmaktadır. İhtira beratlarının ve markaların, unvanların ticaret ve sanayi odalarına tescil olmaları, marka amblemlerin Sanayi ve Ticaret Bakanlıklarınca tasdiki ve kabulü, tescil yenilemeleri, ihtira ve marka tescil ajanlıkları, özel patent büroları tarafından yerine getirilmektedir. Patent konusu buluşlardır. Buluş, "tarım dahil, sanayideki herhangi bir spesifik meselenin çözümü" olarak tanımlanır. Buluş, teknik bir meseleye bulunan çözümün adıdır. Patent; olumlu yönüyle sahibine buluşu üzerinde ekonomik olarak yararlanma imkânı sağlayan ve olumsuz yönüyle de söz konusu buluşun başkalarının yararlanmasını yasaklama imkânı veren ve türüne göre 7 (İncelemesiz Patent), 10 (Faydalı Model) veya 20 (İncelemeli Patent) sene koruma imkânı veren hukuki bir belgedir.

Patron: Müteşebbislik, sermaye sahipliği ve yöneticilik kavramlarının hepsini içine alan bir mana kazanmakla beraber, günlük dilde bir işletmenin sahibi, işveren anlamında kullanılır. Patron olabilmek için zorunlu olarak; işveren veya sermaye sahibi olmak gerekir. Patron aynı zamanda müteşebbis olabılırken, buna karşı tüm müteşebbisler patron olamaz, ancak işletme sahibi üst yöneticiler ve işverenler patron olarak nitelendirilebilir.

Pazar Bölümleme: Heterojen büyük pazar ortamlarını, benzer ihtiyaçları olan veya pazarlama karması etkinliklerine benzer şekilde cevap veren homojen alt gruplara ayırmaktır.

Pazar Fırsatı: Mevcut durum ve gelecekte ortaya çıkabilecek gelişmeler çerçevesinde mal ve hizmetlerin yeterli olup olmaması ve karşılanmamış veya ortaya çıkacak yeni ihtiyaçlara uygun ürünlerin işletmelerce farkına varılması şeklinde tanımlanabilir.

Pazar –Piyasa-: Talep ettikleri mal ve hizmetler karşılığında para vermek isteyen alıcılarla, para karşılığında mal ve hizmet sunmak isteyen satıcıların buluştukları yer piyasa olarak tanımlanır. Alıcı ve satıcıların (arz ve talebin) birbirleriyle karşılaşmalarına imkân sağlayan organizasyonlu birim piyasayı oluşturur. Piyasa kavramı çoğu zaman bir insan ihtiyacı, ürün tipi, demografik grup, coğrafî yerleşim yeri, ulusal ve global pazar anlamlarında kullanılır.

Ödemelerin peşin yapıldığı ve çoğu kez yüzergezer mekânı olan pazarlara “spot pazar” veya “spot market-piyasa” denilmektedir.

Pazar Sepeti: Farklı ürünleri ve tüketici gruplarını temsil etmek üzere seçilen malları ifade eder.

Pazar: Bir mal veya hizmetin fiili veya potansiyel alıcılarının oluşturduğu küme olarak; satın alma niyeti ve isteği ile bunu gerçekleştirecek satın alma gücü (geliri - efektif talebi) olan kişilerin oluşturduğu yerdir. **Spot pazar;** ödemelerin peşin yapıldığı ve çoğu kez yüzergezer mekânı olan pazarlara “spot pazar” veya “spot market-piyasa” denilmektedir. **Borsa ise,** menkul değerlerin veya çeşitli ürünlerin değerlerini belirlemek ve/veya bu değer ve ürünlerle ilgili işlemleri yapmak üzere ilgililerin belirli zamanlarda bir araya gelmesi veya bir araya geldikleri yerdir.

Pazarlama anlayışı, işletmenin varlığı, büyümesi ve istikrarı ile ilgili olarak tüketici rolünün kabulünü gerekli kılan bir yönetim felsefesi olarak hedefi, tüketici ve müşteri istek ve ihtiyaçlarını tatmin ederek kâr sağlamaktır.

Pazarlama Araştırması: İşletmenin pazarlama işlevinin gerektiği şekilde, yerine getirilmesi ve pazarlamaya ilişkin problemlerin tespit edilip çözümü için, gerekli bilgilerin toplanması, analiz edilmesi, yorumlanması ve pazarlama kararlarında kullanılmasıdır. **Pazar Araştırması:** Hedef alınan Pazar, muhtemel müşteriler ve rakipler hakkında soru sorma, bilgi toplama ve sonuçları çözümlenme sürecidir. Pazar araştırması, pazarlamacının karşılaştığı ürün, piyasa ve tüketici ile ilgili meselelerin çözümüne yardımcı olabilecek bilgilerin sistemli ve objektif bir şekilde toplanması ve analiz edilmesidir. Pazar araştırması sadece Pazar analizini içeren ve pazarlama araştırmasına göre dar ve ondan farklı bir kavramdır. **Pazarlama Araştırması:** Pazarlama fonksiyonlarının tümünü kapsayan mal veya hizmetlerin satışını etkileyen, tüm pazarlama etkenleriyle ilgilenen geniş bir kavramdır. / Pazarlama araştırması pazarlama süreci içinde, ters istikamette çalışan bir yönetim unsuru olarak mal ve hizmete ilişkin tüketici bilgileri yöneticilere iletilir. Pazarlama araştırmasının çok geniş uygulama alanı bulunmakta ve genel olarak; reklâm araştırması, satış ve pazar araştırması, mamul araştırması ve ekonomik araştırmalar başlığı altında toplanır.

Pazarlama İşlevi: Tüketici istek ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu ihtiyaçların karşılanması için gerekli girdilerin temin edilip üretim sürecinden geçirilerek ürün haline getirilmesi, fiyatlandırılması, dağıtılması, promosyonu (satış çabası - özendirme - tutundurma) ve satış sonrası hizmetleri ifade eder.

Pazarlama Karması (Pazarlama Bileşenleri):Hedef pazara sunulacak ürünü geliştirmek, pazara sunulacak dağıtım kanallarını seçmek, ürünün fiyatını belirlemek, tanıtımını ve dağıtımını yapmak, satışı artırıcı çabalarda bulunmak faaliyetlerinden oluşan bir bütündür. Pazarlamacının kontrolünde olan ve değiştirebildiği veya etkileyebildiği faktörlere denir. Bunlar; ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmadır. Yeni ekonomik anlayışın getirdiği bir fikir olarak, pazarlamanın yeni formlara sahip olduğu ve ürün, fiyat, dağıtım ve promosyon –tutundurma, özendirme- oluşan pazarlama karmasının yerini artık; **müşteri değeri, müşteri maliyetleri, müşteriye uygunluk ve müşteriyle iletişimin** alacağı söylenmektedir.

Pazarlama Ortamı: Pazarlamacıların kontrolü dışında olan çevresel etkenlerin tümüne denir.

Pazarlama Sistemi: Her türlü pazarlama işlevinin yerine getirilmesini sağlayan elemanlar, faaliyetler ve ilişkiler bütününe denir.

Pazarlama yönetim süreci; organizasyon gayelerine ulaşmak için hedef alıcılar ile faydalı değişimler yapmak, geliştirmek ve sürdürmek için tasarlanan programların, planlanması, organizasyonu, yöneltmesi, koordinasyonu ve kontrolüdür.

Pazarlama yönetimi, dar anlamda; işletmenin pazarlama bölümünün faaliyetlerinin yürütülmesini kapsarken, geniş anlamda; tüm işletme faaliyetlerinin ağırlık noktasını oluşturur ve diğer işletme faaliyetlerini etkiler ve işletmenin varlığı ve büyümesinde temel belirleyicidir.

Pazarlama; tüketici istek ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu ihtiyaçların karşılanması için gerekli girdilerin temin edilip üretim sürecinden geçirilerek ürün haline getirilmesi, dağıtılması, fiyatlandırılması, tutundurması (promosyonu) ve satış sonrası hizmetleri ifade eden işletme faaliyetleridir. Diğer bir tanımla **pazarlama;** piyasa ekonomisinde; mal, hizmet, faaliyet, kişi yer (mekân), organizasyon ve fikirlerin değişim süreci aracılığıyla istek ve ihtiyaçları belirlemeye ve karşılamaya yönelik işletme faaliyetlerinin yerine getirilmesidir. **Geleneksel (Klasik)**

Pazarlama: Üretim, ürün ve satış kavramlarının üstünlüğüne, 1920’ lerde pazara hâkim olan tüketici mesele ve ihtiyacı çözümü yerine, sadece ürün satın almaya bakarak, ürünün kalitesi ile ilgilendikleri, rakip ürünlerin kalite ve özelliklerini, birbirinden farklarını bildikleri ve ödedikleri paranın karşılığında en iyi kaliteyi tercih edecekleri ve “iyi ürün kendini satar” anlayışına dayanır. **Modern (Çağdaş-Müşteri Yönlü) Pazarlama:** Klasik pazarlama anlayışının tersine hürriyet, katılım, şeffaflık ve geri bildirim kaideleriyle demokrasiye dayanan; ürün pazarlamasında işletmenin temel görevinin, önce hedef pazarın istek ve ihtiyaçlarını tespit edip, bütünlüklük pazarlama araçlarından faydalanıp, alıcıları tatmin ederek kâr sağlamak ve diğer organizasyon gayelerine ulaşmaktır. Modern pazarlama, “mal üretim sat” yerine “istekleri belirle ve yerine getir” anlayışı ile organizasyonun istenilen tatminlere rakiplerden daha seçici ve etkili bir şekilde adapte edilmesidir. **Sosyal (Toplumsal) Pazarlama:** Pazarlamayı sosyal bir sistem olarak ele alıp, klasik ve modern pazarlamadaki, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma gibi, temel kriterlere ilave; hedef gruplardaki sosyal fikir ve uygulamaların kabulünü artırmak için ürün planlama, fiyatlandırma, haberleşme, dağıtım ve pazar araştırması gibi, araçlardan faydalanarak programların düzenlenmesi, uygulanması ve kontrolü faaliyetlerini ifade eder. **Deneyim Pazarlaması:** Ürünlerin analitik, rasyonel ve mekanik özelliklerini sunan geleneksel (klasik) pazarlamanın yetersiz kaldığı alanı doldurmaya yönelik; tecrübelerle, duyguya, algıya dayalı ve davranış temelli değerler sunan bir pazarlama anlayışıdır. **Global (Küresel-Uluslararası-Beynelmilel) Pazarlama:** Global müşteri ihtiyaçlarını anlayıp, belirleyip bu ihtiyaçları rakiplerden daha iyi bir şekilde tatmin etmek için tüm pazarlama faaliyetleri arasında koordinasyon sağlayarak elde edilen bilgiyi faaliyette bulunduğu ülkelere uyarlayarak rekabet

üstünlüğü sağlamaktır. Diğer bir anlatımla **global pazarlama**; bir işletmenin dünyadaki müşterilerin ne istediklerini anlayıp, bulup, bu istekleri hem kendi ülkesindeki rakiplerden hem de yabancı rakiplerinden daha iyi tatmin etme için girişilen işletme faaliyetleridir. **Glokal Pazarlama**: Global pazarların rekabetinden çekilerek varlığını sürdürebilmek için yerel pazarlara yönelmek ve o pazarın tüketim kalıplarını belirleyip o pazara uygun ürün geliştirip pazarlama faaliyetlerini sürdürmesi ve global ile lokal arası olarak, globalleşirken yerel değerlerini kaybetmeme ve koruma durumudur. **Bölgesel Pazarlama**: Belirli bir bölgenin insanların özel zevklerine, ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına odaklanarak satış yapmayı hedefleyen pazarlama anlayışıdır. **Hizmet Pazarlaması**: İnsan ve makineler aracılığıyla insan gayretiyle üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziki yapısı olmayan ürünlerin bir kişi ve kuruluş tarafından pazarlanmasıdır. **Organizasyon Pazarlama**: Üyeleri, bağış verenleri, katılımcıları ve gönüllüleri belirli bir organizasyona çekmek gayesiyle tasarlanan ve uygulanan, kâr gayesi gütmeyen pazarlamadır. **Yeşil Pazarlama**: Toplumun istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek üzere birtakım değişimlerin meydana getirilmesi ve kolayca uygulanması gayesiyle doğal çevreye en az zarar vermek üzere uygulanan pazarlama faaliyetleridir. **Bütünsel Pazarlama**: İşletme ile müşterileri ve işbirliği yaptığı diğer kurumlar arasındaki karşılıklı etkileşimlerinden ortaya çıkmış ve işletmenin diğer tüm bölümleriyle birlikte müşterinin istediği değerleri araştırmak, üretmek ve bu değerleri onlara dinamik ve rekabetçi bir ortamda ulaştırmaktır. **Söylenti ('buzz marketing'-ağızdan ağıza-dedikodu-fısıltı) Pazarlaması**: Ürünleri deneyen gönüllü kişilerin tecrübelerini günlük hayatta karşılaştıkları kişilere herhangi bir zamanda aktarmasıdır. **Viral Pazarlama**: Ağızdan ağıza pazarlamanın bir altı olarak ismini virüslerin yayılma şekline almış bir pazarlama şekli olarak; kendi reklâmını yapan ve kendi kendine devam eden bir tür pazarlama yöntemidir. **Gerilla Pazarlama**: Pazarı büyütürken satışları artırmak yerine, rekabet edilen işletmelerin zaaflarından faydalanarak onların piyasa paylarını elde etmeye yönelik pazarlama faaliyetleridir. **Minimal Pazarlama**: Etkili bir pazarlama programının ortaya çıkmasını ve faaliyetlerde hissedilir ve gözle görülür bir pazarlama çabasının görülmesinin istenmediği ve işletmenin müşteriye değil, daha çok müşterinin işletmeye yöneldiği bir pazarlama anlayışıdır. **Hard-Sell Pazarlama**: Müşterilere yakın duran, müşteriye yakın markaja alan ve onlarla yakından ilgilenmeyi öngören bir pazarlama anlayışı olarak; yeni müşteriler için çekici fiyatlama ve ilginç olan propaganda usullerinin izlendiği ve satışa yönelik çabaların ön plana çıktığı, ticari ve topluma dair ahlâk kurallarının geride bırakıldığı bir pazarlama anlayışıdır. **Profesyonel Pazarlama**: Ticari ve toplumsal ahlâk kurallarına dikkat eden ve pazar fırsatlarını yakalayarak yeni müşterileri kazanırken, mevcut müşterileri de pazar payında tutmaya yönelik yoğun çabaların sergilendiği bir pazarlama düşüncesidir. **Ekolojik Pazarlama**: Belirli çevre meselelerini ve bunların mevcut teknolojilerle önlenmesine yönelik pazarlama faaliyetlerini ifade eder. **Sürdürülebilir Pazarlama**: Makro bakış açısıyla pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir kalkınma anlayışı kapsamında ele alınışını yansıtmaktadır. **Mobil Pazarlama**: Müşterileri ile her zaman ve her yerde; direkt, enteraktif ve hedefli haberleşme kurmak için SMS, MMS, WAP ve yeni nesil video gibi, teknolojik araçların kullanıldığı bir sistemdir. **Ağ Pazarlaması (Network marketing, sanal (siber) pazarlama, e-ticaret, (elektronik ticaret) e- pazarlama)**: World Wide Web (WWW) aracılığıyla; mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden online olarak yapılmasıdır. **Veri Tabanlı Pazarlama**: Mevcut ve potansiyel müşterilerle ilgili her türlü bilgi ve iletişim faaliyetlerini iletişim vasıtaları ile elektronik ortamda bulunduran, güncelleyen ve böylece yakın ilişkiler kurulmasına yardımcı olan bir pazarlama yaklaşımıdır. **İzinli Pazarlama**: Tüketicilerin anket, üyelik bilgileri yoluyla kendi izinleri doğrultusunda vermiş oldukları kişisel bilgilerinin kullanılarak ilgi alanları ve ihtiyaçlarına yönelik yapılan pazarlama çalışmalarıdır. **Doğrudan Pazarlama**: Herhangi bir aracının olmadığı dağıtım kanalı olarak doğrudan satış, doğrudan postalama, telemarketing ve benzeri yöntemlerle tüketiciden sipariş alma yöntemini ifade eder. **Niş Pazarlama**: Dar, yoğunlaşmış, odaklanmış pazarlama yaklaşımı olarak; pazarlama karmasının unsurlarını tek bir pazar segmentini ele geçirmek için özel olarak bir araya getirmektir. Niş pazarlama, sınırlı kaynaklara sahip firmaların küçük bir pazar bölümüne tek bir ürün veya sınırlı sayıda ürünle hizmet vermesidir. **Kitle Pazarlama**: Bir temel ürünü, müşteri kategorileri ve ihtiyaçları ayırım yapmadan büyük miktarlarda pazara sunma stratejisidir. **İlişki Yönlü (Birebir) Pazarlama**: İşletmelerinde müşterilerin sadakatini arttırmak ve mevcut müşterilerden daha fazla sipariş veya tekrar iş almak için, müşterilerle uzun vadeli ilişki geliştirmeye dönük olarak tasarlanan bir pazarlama stratejisidir. **Siyasal Pazarlama**: Bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu ve her bir seçmenin tanınmasını sağlayarak seçilmesini veya partilerin iktidara gelmesi için düzenlenen pazarlama faaliyetleridir. **Stratejik Pazarlama**: Gelişen çevre şartlarına göre işletmenin pazarlama çabalarına, faaliyetlerine, yönetimin uyum sağlayacak pazarlama gayelerini gerçekleştirecek süreçler bütünüdür.

Pazarlamacı: İşletmede pazarlama faaliyetlerinin planlanması, organizasyonu, yönetilmesi, koordinasyonu ve kontrolü işleriyle uğraşan ve bu faaliyetlerin yerine getirilmesinde uzman olan kişilere denir.

Perakende Fiyat: Tüketicilerin perakende olarak satın aldıkları mallara ödenen fiyat.

Perakendeci (Retailer): Nihai tüketicilere satış yapan aracı kişi veya kuruluş.

Performans değerlendirme; işletmede çalışan kişilerin bilgi, tecrübe ve yeteneklerini, potansiyelini, iş alışkanlıklarını ve benzer özelliklerini kapsayan çalışma davranışlarının, önceden belirlenen standartlara göre karşılaştırma ve ölçme yoluyla başarısının değerlendirilmesidir.

Performans Değerlendirme: Çalışanın görevlerini ne ölçüde yaptığının tespiti ve eksikliklerinin belirlenerek giderilmesine ilişkin faaliyetlerin tamamıdır. Diğer bir tanımla **performans değerlendirme**; çabaların başarıya ulaşabilecek alanlara yoğunlaştırılması, çalışan ile kurum hedeflerinin uyumu, çalışanın performansı hakkında sürekli bilgi alabilmesi, kuvvetli ve zayıf yönlerin belirlenmesi, başarısının tespiti, olarak özetlenebilir.

Performans: Başarı olarak da ifade edilen **performans**, bir işi yapan kişinin, bir grubun veya bir işletmenin, o iş ile hedefe yönelik olarak nereye varabildiğinin miktar ve kalite açısından ifadesidir. Diğer bir tanımla **performans**, bir fiziki aktivite sırasında, o fiziki aktivitenin gerektirdiği fizyolojik, biyomekanik ve psikolojik verime “performans” ismi verilir. Bu verimin yarışma sırasında ortaya koyulabilme düzeyi de performansın düzeyi hakkında bilgi verir. Performans, genel ve basit tanımıyla verimliliğin ölçülmesidir. **Performans:** Verimlilik, güç (bak).

Performans; bir işi yapan kişinin, bir grubun veya bir işletmenin, o iş ile hedefe yönelik olarak nereye varabildiğinin miktar ve kalite açısından ifadesidir. Diğer bir tanımla, bir fiziki aktivite sırasında, o fiziki aktivitenin gerektirdiği fizyolojik, biyomekanik ve psikolojik verime “**performans**” ismi verilir.

Periskop tekniği: Deniz ve kara savaşlarında, harekâtı kolaylaştırmak için kullanılan, emniyetle mesafelerden hedefi görünmeden incelemeye yarayan optik bir alet ile işleri yürütmeyi ifade eder

Periyodik Yeniden Sipariş Sistemi (Periodic reorderin systems): Stokları gözden geçirme ve eksikleri sipariş verme dönemlerinin sabit kaldığı, fakat sipariş miktarlarının değişebildiği bir stok yönetim sistemi.

Personel Güçlendirme (Empowerment): Küresel gelişim ve rekabetin ortaya çıkardığı veya önemini artırdığı yeni bir yönetim kavramıdır. Organizasyonlarda toplam kalite anlayışının yerleşmesiyle birlikte, yöneticilerin karar verme ve kontrol alanı ile ilgili olan işlevleri daralmış, daha çok koçluk ve danışmanlık fonksiyonu artmış bulunmaktadır. Personel güçlendirme, çalışanların yaptıkları işlerin sorumluluğunu kendilerine yüklemek olarak tanımlanabilir. Personeli güçlendirme, gücün çalışanlar ile paylaşılması ve bunun sonucunda çalışanların kendilerine ve organizasyona yaptıkların katkının bilincine varmaları olarak da ifade edilmektedir. Personel güçlendirme, çalışanların kendilerini motive olmuş hissettikleri, bilgi ve uzmanlıklarına olan güvenlerinin arttığı, inisiyatif kullanarak harekete geçme arzusu duydukları, olayları kontrol edebileceklerine inandıkları ve organizasyonun anaçları doğrultusunda uygun ve anlamlı buldukları işleri yapmalarını sağlayan uygulamaları ve şartları ifade eder.

Personel güçlendirme (empowerment); çalışanların kendilerini motive olmuş hissettikleri, bilgi ve uzmanlıklarına olan güvenlerinin arttığı, inisiyatif kullanarak harekete geçme arzusu duydukları, olayları kontrol edebileceklerine inandıkları ve organizasyonun gayeleri doğrultusunda uygun ve anlamlı buldukları işleri yapmalarını sağlayan uygulamaları ve şartları ifade eder. Diğer bir tanımla **personel güçlendirme;** yardımlaşma, paylaşma, yetiştirme ve ekip çalışması yoluyla kişilerin karar verme yetkilerini artırma ve kişileri geliştirme süreci olarak ifade edilir.

Personel: Bir işletmede görev yapan en üst konumda bulunan yöneticiden en alt konumdaki vasıfsız işçilere kadar tüm çalışanları ifade eder.

Pesimist-Karamsar

Pesimist-karamsar

Philips Eğrisi: Ücretlerin tam rekabet şartlarından bağımsız saptandığı varsayılr. Philips Eğrisi'ne göre fiyatlar düşerken işsizlik artar. İktisatçılar bu iki tercihten birini yapmak veya bir konumda uzlaşmak zorundadır.

PISA: Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı – PISA (Programme for International Student Assessment), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Organizasyonu OECD'nin üç senelik aralarla düzenlenmekte olduğu ve 15 yaş grubu öğrencilerin kazandıkları bilgi ve becerilerin değerlendirilmesine yönelik yapılan bir tarama araştırmasıdır. **PISA projesinin gayesi**, zorunlu eğitimin sonunda örgün eğitime devam eden 15 yaş grubu öğrencilerin öğretim programlarında ele alınan konuları (matematik, fen bilimleri ve okuma becerileri) ne dereceye kadar öğrendikleri değil, günümüz bilgi toplumunda karşılaşabilecekleri durumlar karşısında sahip oldukları bilgi ve becerileri kullanabilme yeteneğini ölçmeyi hedeflemektedir. **PISA projesinde ölçülen konu;** Matematik okuryazarlığı, Fen Bilimleri okuryazarlığı, Okuma Becerileri konu alanları ve öğrencilerin motivasyonları, kendileri hakkındaki görüşleri, öğrenme şekilleri, okul ortamları ve aileleri ile ilgili veriler toplanmaktadır. PISA projesinde kullanılan “okuryazarlık” kavramı öğrencinin bilgi ve potansiyelini geliştirip, topluma daha etkili bir şekilde katılmasını ve katkıda bulunmasını sağlamak için yazılı kaynakları bulma, kullanma, kabul etme ve değerlendirmesi olarak tanımlanmakta ve bu doğrultuda ölçmeler yapılmaktadır. **PISA projesinin uygulandığı alanlar;** üçer senelik dönemler halinde uygulanan PISA projesinde, her bir dönemde bir konu alanına ağırlık verilmektedir. PISA projesinin ilki 2000 senesinde uygulanmış, bu uygulamada okuma becerilerine ağırlık verilmiştir. 2003 senesinde yapılan ikinci uygulamada Matematik okuryazarlığı alanına, 2006 senesinde yapılan son uygulamada ise Fen Bilimleri alanına ağırlık verilmiştir. Yapılan bu uygulamalar ile üç konu alanını içeren 9 senelik bir dönem sona ermiştir. PISA 2009'dan itibaren tekrar Okuma becerileri alanına ağırlık verilmesiyle yeni bir dönem başlayacaktır. 2003 senesinden bu tarafa düzenli olarak PISA Araştırması'na katılan Türkiye, 2012 sonuçlarına göre öğrencilerin matematik, fen ve okuma-anlama beceri düzeyleri konusunda OECD ortalamalarının gerisinde kaldı. Araştırmaya göre, Şangay bölgesi, Singapur, Hong Kong ve Kore PISA genel ortalamada ilk sıralarda yer alıyor. Türkiye PISA 2012'de toplam 65 ülke arasında genel ortalamada 45. sırada. Türkiye, Matematik'te 44, Okuma - Anlama Becerilerinde 42., Fen Bilgisi'nde ise 43. sırada. Bu sıralama ise OECD ortalamasının çok altında. Türkiye PISA'da Yunanistan, Slovenya, İsrail ve Rusya gibi, ülkelerin gerisinde, Endonezya, Ürdün ve Kazakistan'ın da aralarında yer aldığı pek çok Ortadoğu ve Asya ülkesinin önünde.

Piyasa -Pazar-: Talep ettikleri mal ve hizmetler karşılığında para vermek isteyen alıcılarla, para karşılığında mal ve hizmet sunmak isteyen satıcıların buluştukları yer piyasa olarak tanımlanır. Alıcı ve satıcıların (arz ve talebin) birbirleriyle karşılaşmalarına imkân sağlayan organizasyonlu birim piyasayı oluşturur. Piyasa kavramı çoğu zaman bir insan ihtiyacı, ürün tipi, demografik grup, coğrafi yerleşim yeri, ulusal ve global pazar anlamlarında kullanılır. Ödemelerin peşin yapıldığı ve çoğu kez yüzergezer mekânı olan pazarlara “**spot pazar**” veya “**spot market-piyasa**”

denilmektedir. Pazar veya piyasa ile ilişkili bir kavram olan **borsa ise**, menkul değerlerin veya çeşitli ürünlerin değerlerini belirlemek ve/veya bu değer ve ürünlerle ilgili işlemleri yapmak üzere ilgililerin belirli zamanlarda bir araya gelmesi veya bir araya geldikleri yerdir. **İktisadi açıdan piyasa**, alıcı ve satıcıların birbirleri ile karşılıklı iletişim içinde oldukları ve mübadelenin meydana geldiği yer olarak tanımlanır./Piyasanın oluşması için satıcı ile alıcının belirli bir yerde buluşması gerekli değildir. Piyasa bir yer olabileceği gibi, günümüzde teknoloji sayesinde sahip olunan telefon, internet, faks, televizyon gibi, iletişim ve ulaşım kanalları ile de oluşturulabilmesi sağlamıştır. Piyasaların varlığı ve şekli alım satım konu olan ürünlerin şekline göre de değişebilir ve bazı piyasalar herkes tarafından bilinirken, bazıları ise ürün temini korunması veya alıcı ve satıcının az olması gibi, sebeplerden dolayı tanınmamaktadır./Piyasalar; tekel piyasalar, oligopol-eşit olmayanlar arasında eksik rekabet-, tekeli rekabet-monopol- ve tam rekabet piyasası olarak dört ayrı şekilde sınıflandırılmasına rağmen tam rekabet piyasası dışında kalan diğer eksik piyasaların tamamı eksik rekabet piyasası olarak isimlendirilmektedir. **Piyasa; alıcılar ve satıcılar açısından tekeli ve serbest rekabet piyasası olarak ikiye ayrılır:1. Tekeli Rekabet Piyasaları:** Arz ve talep kanunu kurallarının işlemediği, rekabetin hiç olmadığı, satıcı tekeli piyasaları ve alıcı tekelinin hâkim olduğu fiyat ve arz miktarının taraflardan (satıcı-alıcı) güçlü olanın isteğine göre belirlendiği piyasaları ifade eder. Bir ürünün alıcılarının çok, satıcılarının az olduğu piyasalara **oligopol**, tek bir satıcısının bulunduğu piyasalara da **monopol** piyasalar denir. Bu piyasalarda arz ve talep kanunu kuralları uygulanmaz, fiyat ve arz miktarı piyasada taraflardan güçlü olan isteğine göre değişebilir. 2. Serbest-tam- Rekabet Piyasası: Piyasada çok sayıda satıcı ve çok sayıda alıcının yer aldığı ve bunların hiç birisinin tek başına veya gruplaşarak fiyatı etkileyemediği ve ürün fiyatının piyasada anonim olarak arz ve talebine göre belirlendiği piyasadır. /**Bir piyasanın serbest-tam- rekabet piyasası olması için şu şartların-özelliklerin- olması gerekir:/1. Çok sayıda alıcı ve satıcı:** Piyasada çok sayıda üretici ve tüketici var ve hiçbiri tek başına fiyatı etkileyemez./2. **Piyasaya giriş-çıkış serbestisi:** Alıcı ve satıcı piyasada yer almak ve ayrılmak serbesttir./3. **Ürünlerin homojen olması:** Bir ürün, piyasanın her yerinde aynı kalite özelliklerinde ve farklılık yoktur./4. **Piyasanın açık ve şeffaflığı:** Tüm alıcı ve satıcılar, piyasa şartları ve olayları konusunda tam bilgi sahibidirler ve piyasalarda gizli anlaşmalar yoktur./5. **Üretim faktörleri hareketinin tam olması:** Emek, sermaye ve müteşebbis gibi, üretim faktörleri serbestçe yer değiştirir ve hangi dal daha kârlı ise oraya yönelebilirler.

Plan; geleceği önceden tasarlama işi olarak gelecekte tutulacak yol ve davranış şekli ve faaliyetidir. Diğer bir tanımla **plan;** belirli gayelere ulaşmak için önceden alınan tedbirler olarak yapılacak işlerin önceden tek tek belirlendiği bir taslak (kurgu) olarak ifade edilir.

Planlama; bir plan yapma faaliyeti olarak, organizasyonun gelecekteki başarısı için gayelerin belirlenmesi ve bu gayelere ulaşmak için gerekli işlerin ve kaynakların kullanımının kararlaştırılmasıdır. Diğer bir tanımla **planlama;** gelecekte organizasyonun nerede olmak istediğini ve oraya nasıl varılacağını açıklayan ve yöneticilerin gayeleri belirledikleri ve bu gayelere ulaşması için gerekli yöntemleri tanımladıkları bir plan hazırlama sürecidir.

Plasman: Yatırım kavramı ile eşdeğerdir. Anamalin (sermayenin) kazanç gayesiyle bir üretime yatırılması gerekir. Üretim kapasitesini artıran harcama yatırım veya plasman-yatırım-dır.

Plaza (beyaz yakalı) dili: İş hayatında, ticari faaliyetlerin yürütülmesi esnasında Türkçe kelimeler yerine uydurukça veya yabancı kelimeleri Türkçe gibi kullanmadır. Kurum çalışanlarının kendi aralarındaki sohbetlerde, e-posta mesajlarında kullanılan dilin her geçen gün değişerek yeni uyduruk bir lisan olan plaza dilini ortaya çıkarmaktadır. Beyaz yaka ve mavi yaka tanımlarına ek olarak bir de 'yeşil yaka' kavramı oluşmuş. Yeşil yakalı çalışan dünya kaynaklarının farkında, az ve dikkatli tüketen, yeniden kullanan dolayısıyla çalıştığı kurumun kaynaklarını da dikkatli ve tasarruflu yöneten çalışan anlamına geliyor. Yapıyor olacağım – Yapacağım. Confirm etmek - Teyit etmek , Third party - İş ortakları, Assing etmek – Görevlendirmek, Soft copy - Elektronik kopya, Focuslanma – Odaklanma, Wording - Yazım/ifade, Layout – Yerleşim, Hard copy - Çıktı , Check etmek - Kontrol etmek, Yapılabilite - Yapılma ihtimali, Taşere etmek - Taşeronla çalışmak, Kontekst – Bağlam, Kontent – İçerik, Refere etmek - Gönderme yapmak, Deadline - Bitiş tarihi, Value chain (değer zinciri). Lay-out (Tasarım), "Deklare etmek" açıklamak, Vurgulamak = emphase etmek daha özel bi konu= specific bi konu, zamanlaması iyi= timing super, abartmak (mübalağa etmek), mütabakat sağlamak= consesus varmak.Yapıyor olacağım (will be doing) – Yapacağım Third party – İş ortakları Soft copy – Elektronik kopya. Focuslanma – Odaklanma. Wording – Yazım/ifade. Hard copy – Çıktı. Yapılabilite – Yapılma ihtimali. Taşere etmek – Taşeronla çalışmak

Politika: Kelime olarak eski Yunan kökenlidir ve anlamı itibariyle, “bir işi gözetmek” demektir. Türkçe literatürde “siyaset” karşılığı olarak kullanılan politika, daha çok kamu yönetimi alanında yer almış ve “halka ait bir işi gözeterek, belirli yol ve usule göre yürütmek” anlamında kullanılmıştır. Politika kavramı sözlükte “bugünkü ve gelecekteki kararlara yön verebilmek için birçok alternatif arasından seçilen belirli bir yol veya davranış tarzı” veya “genel gayeler ve kabul edilebilir yöntemleri kapsayan uzun süreli genel bir plan” şeklinde tanımlanmaktadır. İşletme yönetimi alanında politika, “yöneticilere karar vermelerinde rehberlik eden bir ilke veya ilkeler dizisi” anlamına gelir. Bu ilkeler, yöneticilere alacakları kararlarda ve yapacakları faaliyetlerde yol gösterir, belirlenmiş gayelere ulaşmak için genel bir plan oluşturur. Politikaya örnek olarak; “satılma müdürünün 10 milyara kadar üst yönetimin onayını almadan hammadde alımı yapabilmesi” verilebilir. **Strateji ve Politika:** İşletme literatüründe birbirleriyle karıştırılan terimler ikisi de strateji ile politikadır. Çünkü bu iki terimi birbirinden kesinlikle ayırt etmeye imkan yoktur. **Politika,** yol gösterme ve belirlenmiş gayelere ulaşmak için izlenen yol veya genel plandır. Bu bakımdan uygulamalarla ilgili ilkeler dizisini ve kurallar toplamını meydana getirir. İlke ve kurallar ise yoruma imkân tanımadıkları için oldukça katı ve verilmiş durumlara uygulanabilecek pratik çarelerdir. Bu açıdan politika ileride açıklayacağımız taktiğe daha çok yaklaşıyor. Strateji politikayı da içeren daha genel, ama daha esnek bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. **Strateji,**

ilerde meydana gelebilecek bütün durumların önceden tahmin edilemediği kısmî belirsizlik şartlarında alınan karar türüdür. Halbuki politika yeter ölçüde tanımlanmış ve gerekli bilgilerle donatılmış belirlilik ortamında alınan ve devamlı kararlardan oluşmaktadır. Politika, bir kere belirlendikten sonra sık sık değişmez.

Port: Elektronik bilgi girişi fişi.

Portföy: Sahip olunan varlıkların aynı veya farklı özelliğe sahip birden fazla kıymete yatırılması sonucu oluşan toplam değerdir. **Portföy Yöneticiliği**, kıymetli madenlere dayalı olanlar dâhil olmak üzere sermaye piyasası araçlarından oluşturulan portföylerin müşteriler hesabına vekil sıfatıyla yönetilmesidir.

Postmodernizm, aydınlanmadan, sanayi devrimi ile başlayan ve 20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan büyük değişimlerin devamını getirdiği gelişmelerden kaynaklanan “modernizm”in çöküşü olarak tanımlanmaktadır. Çok sayıdaki ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşümlerle ilişkilendirilen modernlik, bilhassa Orta Çağ izleyen tarihi dönemi tasvir eden kavramdır.

Postmodernizm: Aydınlanmadan, sanayi devrimi ile başlayan ve 20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan büyük değişimlerin devamını getirdiği gelişmelerden kaynaklanan “modernizm”in çöküşü olarak tanımlanmaktadır. Çok sayıdaki ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşümlerle ilişkilendirilen modernlik, bilhassa Orta Çağ izleyen tarihi dönemi tasvir eden kavramdır.

Postmodernizm: aydınlanmadan, sanayi devrimi ile başlayan ve 20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan büyük değişimlerin devamını getirdiği gelişmelerden kaynaklanan “modernizm”in çöküşü olarak tanımlanmaktadır. Çok sayıdaki ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşümlerle ilişkilendirilen modernlik, özellikle Orta Çağ izleyen tarihi dönemi tasvir eden kavramdır. **Modernizm**, en basit haliyle, feodal düşünce sisteminde dinin kapladığı merkezin bilim ve insan aklı tarafından ele geçirilmesi olarak açıklanabilir. Bu açıklaması ile modernizm, modern dünyayı oluşturan laikleşme, rasyonelleşme, sanayileşme, cemaatlerden kopup bireyselleşme ve kentleşme süreçlerini kapsamaktadır. **Modernlik**, geleneksel toplumların karşıtı bir durumu tanımlamakta ve düzenleme, yenilik ve dinamizm özellikleri ile karakterize edilmektedir.

Potansiyel enerji; cisimlerin hareket halinde olmadıkları durumlarda sahip oldukları enerjidir.

Pozitif Ekonomi: Sadece ekonomik düzeni sebep - sonuç ilişkisi içinde inceleyen, ekonomi içinde sürekli geçerli kanunları tespate çalışan iktisat dalı olarak "Talep artışı enflasyonu nasıl etkiler?" , "Enflasyon hangi düzeyde tutulmalı?" gibi, sorular pozitif iktisadın inceleyeceği bir konudur.

Pozitivizm: Gerçeğin deney ve gözlemlerle elde edilebileceğini savunan bir felsefi görüş.

Prestij Fiyatlandırma (Prestige pricing): Müşterilerin çok düşük olduğunu düşündükleri fiyatlarda satılan malları ve hizmetleri satın almayacakları varsayımına dayanan bir fiyatlandırma sistemi.

Prezantasyon: Sunu.

Prezantasyon-Sunum

Print out-Çıktı

Print out-çıktı

Printer-Yazıcı

Printer-yazıcı

Proaktif Strateji (Proactive strategy): Bir ürün geliştirmek için uygun fırsatları araştırmak gayesiyle büyük kaynakların ayrıldığı iddialı yenilik stratejisidir.

Profesyonel Pazarlama: Ticari ve toplumsal ahlâk kurallarına dikkat eden ve pazar fırsatlarını yakalayarak yeni müşterileri kazanırken, mevcut müşterileri de pazar payında tutmaya yönelik yoğun çabaların sergilendiği bir pazarlama düşüncesidir.

Profesyonel yönetici; yönetim işini kendilerine meslek edinen ve işletme sahibi haline gelmeden müteşebbisin yaptığı her işi yapan ve hizmetleri karşılığında ücret alan kimseler olarak ifade edilir. Profesyonel yönetici, gelecekte ihtiyaç olan ve işletmenin farklı birimlerinde yönetici olarak görev alacak kişileri yönetici asistanlığı kadrosuyla yanında çalıştırarak yetiştirir.

Proforma Fatura (Proforma Invoice): Teklif belirten faturaya “proforma”, kesin olanına ise “orijinal” fatura denir. Ticaretin

Program: Bir gayenin gerçekleştirilmesi için gerekli olan aşama ve adımları, bu aşama ve adımların her birinden sorumlu olan kişileri ve her bir aşamanın süresini belirleyen bir plandır. **Program**, süreleri belirlemek, faaliyetlerin ayrıntılarını, uygulanacakları yer ve zamanlarını ve bunların kimler tarafından nasıl yapılacağını belirlemektir. Başka bir ifadeyle **program**, bir olayın en ince ayrıntılarını yer, zaman, şahıs ve usul göstererek belirlemektir. **Bütçe ise**, programda belirlenmiş her faaliyetin sebep olacağı giderler ile bazı faaliyetlerden sağlanacak gelirlerin rakamsal ifadesidir.

Proje: Başlangıç ve bitiş tarihleri olan koordine ve kontrol edilen bir takım faaliyetlerden oluşan, belirli şartlara objektif uygunluğu elde etmek için yapılan ve zaman sınırlamalarını, maliyet ve kaynakları da içeren benzeri veya eş olmayan tek proses-süreç-

Promosyon (Promotion)-Satış Teşvik-Tutundurma-: Bir perakendecinin mağazası veya perakende karması hakkında müşterilerini bilgilendirmek ve satın almaya özendirme için yaptığı aktiviteler.

Prompter: Elektronik yazı panosu, Okuma Tahtası

Prompter-Elektronik yazı panosu

Prompter-Elektronik Okuma Tahtası

Propaganda: Çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkilemek gayesi taşıyan önceden planlanmış bir mesajlar bütünüdür.

Prosedür (Procedure): Bir işlemin gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan belirtilmiş yoldur. Bir faaliyeti veya bir prosesi icra etmek için belirlenen yoldur.

Proses-süreç, birbirine bağlı ilişkili faaliyetler dizisinde yer alan işler olarak ifade edilir.

Provoke etmek-Kışkırtmak

Provoke etmek-kışkırtmak

Provoke etmek-kışkırtmak

PSI: Uluslararası Kamu Çalışanları Federasyonu.

Psikografik Bölümlendirme (Psychographic segmentation): Tüketicilerin yaşam tarzı kategorilerine, aktivitelere, ilgi alanlarına ve fikirlerine dayalı olarak yapılan pazar bölümlendirmesidir.

Psikoloji (ruh bilimi); insan ve hayvan davranışlarını psiko-fizyolojik tepkilerini inceleyen bir bilimdir.

Psikolojik Fiyatlandırma (Psychological pricing): Bir fiyatın müşteriye daha çekici gelmesi için uygulanan bazı taktiklerdir.

Psikolojik İhtiyaçlar (Psychological needs): Müşterilerin satın almaktan, alışveriş yapmaktan veya bir ürüne sahip olmaktan sağladıkları kişisel tatmin duygusu ile bağlantılı ihtiyaçlar.

Psikolojik Taciz: İşyerlerinde görülen ve aile ortamını da etkilediği halde dışa yansıtılmayan yıldırma, bıkırtma, sindirme, yok sayma gibi, manaları taşıyan ve tıpta 'mobbing' diye tabir edilen 'duygusal taciz', insanları intihara kadar varan problemlerle karşı karşıya getiriyor. Bu rahatsızlık, iş yerinde; iş verimi, personel arası uyumun bozulması gibi, problemlerle birlikte, kişinin depresyona girme, hazımsızlık, mide spazmı, şiddetli baş ağrıları gibi, sağlık meselelerini de beraberinde getiriyor. Duygusal taciz; çok fazla sorumluluk verme veya hiçbir sorumluluk vermeme, gereğinden fazla eleştirme, fikir ve fiziki görünüşleriyle alay etme, hiçbir konuda görüşlerini almama, selâm vermeme, kapıyı çarpma, masaya dosya fırlatma gibi, şekillerde görülebiliyor. İş yerlerinde bu meselenin çözümü kişinin pes edip kaçması ve güvensizlik duygusuna kapılması yerine, direnmesi ve başarı grafiğini yükseltmeye özgüven kazanmaya devam etmesi gerekir.

R

Radyo Frekansı ile Tanımlama: RFID

Rakip: Görüp, gözetin

Rakip-Görüp, gözetin

Rant: Bir mal veya paranın, belirli bir süre içinde emek verilmeksizin sağladığı gelir, rant. Getirim, üretim faktörlerinden biri olan tabiatın üretimden aldığı payını ifade eder. Rant veya kira; bir malın kullanımı karşılığında kullandıktan malın sahibine yapılan gelir aktarımıdır. Belirli bir nesnenin bilinen bir süre için gerçek ve tüzel kişiye verilmesi karşılığı alınan paraya rant denir. **Rant;** belirli bir nesneyi bilinen bir süre için yazılı bir sözleşmeye dayanarak kiraya verme.

REAYA: Güdülen, yönetilen kişiler anlamında olup, Osmanlı Devleti'nde askeri sınıf dışında kalan herkes için söylenirdi. Devlete vergi ödeyen, çiftçi, esnaf, zanaatkar, madenci, balıkçı ve hayvancılık yapan, Müslüman olsun ya da olmasın herkes için kullanılan bir kelimedir.

Reel ekonomi: Gerçek ekonomi

Reel ekonomi-Gerçek ekonomi

Reel-Gerçek

Reel-gerçek

Refah devleti veya **sosyal devlet**, minimum düzey üzerinde vatandaşlarının refahı için öncelikli sorumluluk kabul eden devlet kavramı olup devletin vatandaşlarının iktisadi ve sosyal gelişimlerinin korunması ve teşvik edilmesinde temel rol oynamasını ifade eder. Devlet, fırsat eşitliği, servetin eşit şekilde dağılması ve nispeten rahat bir hayat sağlamak için gerekli asgari şartlara ulaşamayan kişiler için kamu mesuliyeti prensiplerine dayanır. Devletin sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak gayesiyle sosyal ve ekonomik hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören ve bu noktada ekonomik ve sosyal alanlarda fertlere sosyal güvenlik ve adalet sağlayıcı politikalar üreten devlet modeli olan sosyal devlet (refah devleti) anlayışı ile ülke kalkınmasında özel sektöre de yer verilmektedir. Ancak çoğu zaman devletin müdahalesi olmadan ekonomik büyüme ve gelişme (kalkınma) sağlanamamaktadır. Demokratik hak ve hürriyetlerin baskılandığı, siyasi gücün tek elde toplandığı devlet yönetimi olan **totaliter** anlayışta önem verilmeyen iktisadi ve sosyal hayat, **refah devleti** anlayışının benimsenmesi ve yaygınlaşması ile önemli hale gelmiştir. Devletin, kalkınmayı, sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak gayesiyle sosyal ve iktisadi hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören ve bu alanlarda fertlere istihdam imkânı, sosyal güvenlik ve adalet sağlayıcı siyaset geliştiren devlet modeli olan **sosyal devlet** (refah devleti) anlayışı toplum hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Devlet sahip olduğu yetki ve elindeki imkânları kullanarak, alacağı tedbirlerle yabancı para cinsinden borçlanmayı yasaklayarak kur risklerine karşı kişileri (hane halkı) nı korumaya alırken, globalleşme ile özel sektör (işletmeler) genel ekonomik belirsizlikler sebebiyle döviz cinsinden borçlanmaları ve bunların kur risklerini iyi yönetmek için sağlıklı bir gözetim imkânı oluşturmalı ve zararı azaltacak tedbirler almalıdır.

Referans Grup (Reference group): Bir kişinin kendi inançlarını, duygularını ve davranışlarını karşılaştırma gayesiyle esas aldığı bir veya daha fazla sayıda insan.

Registered ®: Gerekli resmi incelemelerin sonunda hak kazanılan, 'tescil edilmiştir (registered)' manasında kullanılan bir ® işareti olarak temel işlevi tescil edilmiştir korkusu ve güveni vermektir.

Rekabet Etme Hakkı: Aynı alanda faaliyet gösteren işletmelerin pazar paylarını artırmak veya pazarı ele geçirmek için sürdürdükleri mücadeledir.

Rekabet; üstünlük sağlamak için rakiplere karşı yürütülen yarışma etkinliklerinin tamamıdır. Rekabet iki veya daha çok güç, kuruluş, işletme, sistem, kişi veya grup arasında yer alabilir. **Rekabet kelimesi** Arapçada denetim, kontrol, gözetmek, dikkat etmek, gözünü ayırmamak anlamlarındaki raqābat kelimesinden türemiştir. Türkçe anlamı "birini (rakibi) gözetim altında tutma" anlamındadır.

Rekabetçi Üstünlük (Competitive advantage): Rakiplere göre özgün bir güç sağlayan ve kalite, tasarım, maliyet, zaman gibi, bir boyutta üstünlük sağlayan farklılıktır.

Rekabete Yönelik Fiyatlandırma (Competitive oriented pricing): Bir perakendecinin fiyatları belirlerken maliyet-talep gibi, faktörleri değil rakiplerin fiyatlarını gösterge olarak kullandığı bir fiyatlandırma yöntemi.

Reklâm Ajansı (Advertising agency): Başka organizasyonlar için reklâm kampanyalarının planlanması ve hazırlanması işini yürüten bir firma.

Reklâm Bütçesi (Advertising budget): Belirlenen gaye ve hedefleri gerçekleştirebilmek için gerekli olan kaynakların tümüdür.

Reklâm Kampanyası (Advertising Campaign): Reklâm planının hazırlanması ve bütçelenmesi, üretimi, uygulanma ve denetimidir.

Reklam Ortamı (Advertising media): TV, sinema, radyo, gazete, dergi, postalama, duran (billboard, pano) ve gezici vb. reklam vasıtalarıdır.

Reklam Üretimi (Advertising production): Reklam öğelerini (başlık, metin, görüntü, slogan, logo) düzenleme (layout), film senaryosunu hazırlama ve çekme, seslendirme vb.dir.

Reklâm; belirli bir hedef kitlenin üyelerini bilgilendirmek veya ikna etmek gayesiyle mesaj içeriğinde tanımlanan organizasyonlar tarafından çeşitli medyanın belirli bir zaman diliminde kullanılmasıyla bir bedel karşılığında yürütülen kişisel nitelikte olmayan iletişim türüdür. **Reklâm şekilleri;** hatırlatıcı, kurumsal reklâm ve elektronik reklâm gibi, değişik şekilleri bulunmaktadır. **Hatırlatıcı reklâm;** bir ürünle ilgili olarak önceden verilen bilgileri ve eğitimleri pekiştirme yoluyla hatırlatma ve isimleri zihinlere yerleştirme çabasıdır. **Kurumsal reklâm** ise bir organizasyonun imajını ve felsefesini tanıtan, benimseten reklâmı ifade etmektedir. **Elektronik reklâm;** internet yoluyla internet üzerinden kullanıcıları bir ürünü satın almaya teşvik eden ve bazen etkileşimli de olabilen reklâmlardır. Reklâm, kişisel satış, posta ile satış, satış teşvikleri gibi, tutundurma ve tanıtım çalışmaları en optimal şekilde planlanmalıdır. Tüketiciler bu tür faaliyetlerden çeşitli yönlerden faydalandığı gibi, olumlu veya olumsuz tarzda etkilenirler.

Relax olmak-Rahatlamak

Relax olmak-rahatlamak

Resesyon: Makroekonomide geleneksel olarak reel gayrisafi yurt içi hâsılanın (GSYİH) iki veya daha fazla çeyrek yıllık aralıklarla arka arkaya negatif büyüme göstermesi durumudur. Resesyonun uzun sürmesi ekonomi çöküşü gösterir.

Revize etme-Yenileme

Revize etme-yenileme

Rezerv Para: Uluslararası mali kuruluşlar ile hükümetlerin ellerinde bulundurdukları altın ve dövize verilen addır. Yani, dolaşımdaki para + bankaların nakit rezervleri ve merkez bankasındaki zorunlu karşılıkların toplamıdır.

Rezidanslar: Lokanta, otopark, havuz, alışveriş merkezi gibi, hizmetleri içinde barındıran, ayrıca resepsiyon, sekreterlik ve temizlik gibi, hizmetlerin verildiği barınma yerleri otellerin alternatifi ve rakibi olarak ortaya çıkmaktadır.

RFID: Radyo Frekansı ile Tanımlama

RFID: Radyo Frekansı ile Tanımlama.

Ricardo: Kapitalizmin dayanağı sayılan Klasik Okul'un temsilcilerindendir. Emek Değer Teorisi' ile malların üretimde harcanan emek miktarına göre mübadele edilmesini savundu. Adam Smith'in sermayenin kapitali ve toprağın rantını yalnızca emeğin ücretine indirgedi. Emeği de bir mal olarak gördü ve fiyatını ücret olarak tanımladı. Tunç Kanununa göre emeğe olan talep artışının hayat standardı, evlilik ve ömür süresini de artacağını savundu. Ülkelerin göreceli olarak ucuza ürettiği mallarda ihtisaslaşacağını öngördü.

Risk (riziko): Bir olayın gerçekleşme ihtimali ve olaydan etkilenme durumu olarak tanımlanır. **Risk,** bir olayın beklenenden farklı olarak gerçekleşebilme imkânıdır. Olabilecek sonuçların sayısı artması ile risk meydana gelir. Risk mevcut ise bir olayın sonucu tam olarak tahmin edilemez. Risk genelde olumsuz bir durum yani tehlike olarak değerlendirilir. Bu sebeple risklerin olumsuz etkilerinden zarar görmemek için ihtimaller dikkate alınarak tedbir almaya yönelik planlama faaliyetlerini içeren ve risk yönetimi olarak ifade edilen bir bilim ortaya çıkmıştır.

Risk yönetimi; ürünün düşünce aşamasından başlayarak müşteriye bir ürün olarak sunulabilmesine kadar tüm aşamaları kapsayan bir süreçtir. Diğer bir tanımla **risk yönetimi;** hızlı karar alma ve faaliyetlerle sürekli olarak risklerin belirlendiği, hangi risklerin öncelikle çözümü gerektiğinin değerlendirildiği, risklerle başa çıkmak için stratejilerin geliştirilerek uygulandığı bir sistematiktir.

Risk; olaydan etkilenme imkânı olan ve ileride ortaya çıkması beklenen, fakat meydana gelip gelmeyeceği kesin olarak bilinmeyen olaylara denir. Diğer bir ifade ile **risk;** olayın beklenenden farklı olarak gerçekleşebilme imkânını ifade eder.

Royalti: Herhangi bir şeyin (özellikle marka sermayesi güçlü olan malların) sahibine, buluşcusuna, yazarına vb ait bir hakka bağlı alarak ticaret (iş) yapanların hak sahibine kazançlarından (satışlarından) ödedikleri paydır.

Rönesans : "Yeniden doğuş" anlamına gelen bir süreçtir. 15. yüzyılda başlayan bir süreç, aynı yüzyıl içinde bütün Avrupa'ya yayıldı. Bu yenilikte, Roma ve Grek başarılarının yeniden cezalandırılması istemi vardır. Rönesans şu temel anlayışlara dayanıyordu. 1)Yeryüzü ilgi çekici ve araştırılmaya değer bir yerdir, 2)İnsan güçlüdür ve bu gücüyle büyük başarılar elde edebilir, 3)İnsanın sürekli faal olması şerefli bir şeydir ve 4)Gerçek güzeldir. Bu anlayışlara bağlı olarak da yaşadığımız dünya o kadar ilgi çekici bir yerdir ki, başka dünyaları düşünmenin hiçbir anlamı yoktur anlayışı hâkimdir. Rönesans döneminin esas yürütücü gücü tüccarlardır. Bunlar en karlı ticaretin hangi alanda olduğunu araştırdılar ve bu yoldan sağladıkları zenginlikleri sanat ve endüstri yeniliklerine yatırdılar. Rönesans; Floransa, Venedik, İngiltere, Portekiz, Hollanda gibi, küçük kent-devletlerinde veya metropollerde doğmuştur.

Rüşvet: Kamu görevlilerinin para, mal, hediye gibi, birtakım maddi menfaatler karşılığında bunu sağlayan kişi veya kümelerle ayrıcalıklı bir kamu işlemi ile menfaat sağlaması rüşvet olarak tanımlanır.

S

Sabit Döviz: Belirli bir ülkenin ulusal parasının, belli bir parite-değer eşitliği- üzerinden konvertibl (Konvertibilite) bir dövize bağlanarak değerinin ayarlanmasıdır.

Sabit Giderler: Bir işletmede üretim hacmi değiştikçe değişen giderler. Üretimin sıfır olduğu yerde değişken giderler de sıfırdır.

Sabit Sermaye: Değişmez ve durağan sermaye olarak da ifade edilen sabit sermaye, şekil değiştirmeden olduğu gibi, kalan ve birden fazla üretim dönemine katılarak yavaş yavaş tükenen sermaye unsurlarıdır.

Sabit sermaye: Şekil değiştirmeden olduğu gibi, kalan ve birden fazla üretim dönemine katılarak yavaş yavaş tükenen bina, makine, teçhizat gibi, sermaye unsurlarıdır.

Sadaka taşı; Osmanlı toplumunda, cami, imaret ve kütüphane gibi, sosyal hizmet veren mekânlarda bir buçuk veya iki metre yüksekliğinde üst tarafı oyulmuş taş ve bu taşta varlıklı insanlar kimseye göstermeden sadakayı bırakırlar ve ihtiyacı olan buradan kimse görmeden ihtiyacı kadar alır.

Sadaka: (a.i. ç. sadakât.) 1-Allah rızası için ihtiyaç sahibi fakirlere yapılan yardım, farz olmadığı halde kişinin fakirlere verdiği para, mal vs. gibi şeyler. 2-Zekât. 3-Dilenciye verilen para.

Safi Milli Hâsıla (SMH): Bir ulusal ekonomide belirli bir dönem içinde (genellikle bir takvim senesinde), üretilen mal ve hizmetlerin toplamı sayılan Gayri Safi Milli Hâsıla'dan (GSMH) üretim araçlarının yıpranma payı "amortisman"ın düşülmesiyle elde edilen değerdir. **Safi Milli Hâsıla:** Bir milli ekonomide belirli bir dönem içinde üretilen mal ve hizmetlerin toplamı sayılan Gayri Safi Milli Hâsıla'dan (GSMH) üretim araçlarının yıpranma payı "amortisman-aşınma payı-" ın düşülmesiyle elde edilir. GSMH, SMH ve MG' yi tespit etmek için üretim, gelir veya harcamalar hesaplanır. **Milli Gelir:** Bir senelik toplumsal üretimde, üretim araçları için harcananların düşülmesinden sonra kalan bölüm, ulusal gelir. **Milli Gelir:** Bir ekonomide belirli bir sere (genelde bir sene) içinde elde edilen mal ve hizmetlerin net değerleri toplamından vasıtalı vergilerin çıkarılması ile elde edilen miktardır.

Sakınca: Mahzur

Saklama-Muhafaza

Sanal (virtual) organizasyon; varlığı kısmen veya tamamen, haberleşme teknolojileri ile birlikte ortaya çıkmış olan internete, kablolulu sistemlere, telefon sistemlerine vb. bağlı olan bir işletme, klüp, topluluk, enstitü, kurum veya benzeri kuruluşlardır. Diğer bir tanımla **sanal organizasyon;** üyeleri uzun vadeli bir hedef için bir araya gelmiş, birbirinden bağımsız görevleri olan ve uzay, zaman ve fiziki sınırları aşarak haberleşmelerini ve işlerin koordinasyonunu bilgi-iletişim teknolojileri yoluyla gerçekleştiren, coğrafi olarak geniş alana yayılmış olan bir organizasyondur.

Sanayi Devrimi: Dördüncü (4.) Sanayi devrimi, 4,0: Sanayi Devrimi 4.0, kavramı ilk olarak 2011 yılında Almanya Hannover Fuarı'nda kullanıldı. Ekim 2012 yılında ise Robert Bosch GmbH ve Hning Kagermann çalışma grubu oluşturarak hazırladıkları 4. Sanayi Devrimi teklif dosyasını Alman Federal Hükümeti'ne sunmuştur. 8 Nisan 2013 tarihinde yine Hannover Fuarı'nda çalışma grubu Endüstri 4.0 raporunu sunmuştur. Üretim sektöründeki önemli endüstriyel devrimler sonrası ülke ve işletmeler global boyuttaki gelişime ayak uydurmak ve artan rekabette üstünlüklerini devam ettirebilmek gayesiyle çalışmalar yürütmektedirler. Tarih boyu gerçekleşen dört büyük sanayi devrimi: Su ve buhar gücünün daha verimli kullanılmasını sağlayan mekanik tezgâhların bulunması. Henry Ford'un üretim bandı tasarımı ve elektriğin seri üretimde kullanılmaya başlanması, üretim hattının geliştirilmesi. 1970'lerde üretimde mekanik ve elektronik teknolojilerin yerini dijital teknolojiye bırakmasına sebep olan programlanabilir makinelerin kullanılmaya başlanmasıyla oldu. Dördüncüsü ise Endüstri 4.0 olarak isimlendirilen 4.Sanayi Devrimi başlatacağı düşünülen endüstriyel bir strateji plânıdır. Temel olarak bilişim teknolojileri ile endüstriyi bir araya getirmeyi hedefleyen ve iki bileşenden ilki olan yeni nesil yazılım ve donanım; düşük maliyetli, az yer kaplayan, az enerji harcayan, az ısı üreten ve yüksek güvenilirlikte çalışan donanımlar ve bu donanımları çalıştıracak işletim ve yazılım sistemlerdir. İkinci ana bileşen ise cihaz tabanlı internet; yeryüzündeki tüm cihazların birbiriyle bilgi ve veri alışverişi için kullanıldığı, her türlü araç gerece entegre edilmiş, sensor ve işleticilerle donanmış, internet bağlantılı akıllı elektronik sistemdir. Üretim sürecinde bu sistemlerin kullanılması ile insana daha az bağımlı üretim yapabilecek 'akıllı fabrikalar' dönemi başlayacak ve üretim süresi, maliyetler ve üretim için ihtiyaç duyulan enerji miktarı azalacak, üretim miktarı ve kalitesi artacaktır.

Sanayi Siteleri: Organize sanayi sitelerinin küçük ölçekli tipleri olarak yerleşim yerlerine daha yakın yerlerde kurulan, daha çok küçük ve orta ölçekli işletmeleri barındırmak için, hazırlanan site tipi binalardır. Sanayi siteleri

dokuma, makine, oto yedek parçası üretimi, oto tamircileri vb atölye tipi çalışan işletmeleri bünyelerinde barındırırlar.

Sarı sendika: İşverenlerin lehine hareket eden ve işçilerin menfaatlerini gözetmeyen sendikaları nitelendirmek için kullanılan kavram. Sarı sendika tanımlaması ilk kez 1899 senesinde Fransa'da gerçek işçi sendikalarıyla savaşmak için kurulan sendikalar için kullanılmıştır.

Sarı Sendikacılık: Sanal, sahte göstermelik sendikacılık.

Satıcı: İşletmenin, satış işlevi ile görevlendirdiği alıcılara ürün satan kişilere veya kurumlara denir.

Satın Alma Gücü Paritesi (SGP) : Ülkeler arasındaki fiyat düzeyi farklılaşmasını ortadan kaldıran para birimi dönüştürme oranıdır. Eldeki toplu bir para parite-değer eşitliği- oranı ile farklı bir para birimine dönüştürüldüğünde, tüm ülkelerde aynı sepetteki mal ve hizmetler satın alınabilir. SGP ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarını yok ederek, ulusal para birimlerini birbirlerini dönüştüren orandır.

Satınalma İşlevi: Üretim için gerekli olan emek faktörü hariç girdilerin, en ekonomik bir şekilde üretim faktörleri pazarından temin etmeye çalışan bir işletme işlevidir. İşletmede, insan dışındaki bütün varlıkların değeri para ile ölçülebilir, insanın değeri değil, emeği para ile ölçülür. Emek; belirli bir ücret karşılığında üretim faktörleri piyasasından (emek piyasası) kiralanır.

Satış Teşvik Çalışmaları-Tutundurma-Pronosyon-: Bir perakendecinin mağazası veya perakende karması hakkında müşterilerini bilgilendirmek ve satın almaya özendirmek için yaptığı aktiviteler.

Satış: Ürünlerin el (sahip) değiştirmesini sağlayan bir pazarlama işlevi olarak; satıcı ile alıcı arasında yapılan ve ürünün alıcıya verilmesi ve bunun karşılığında bir fiyat, bir değer alınması yoluyla yapılan işlemidir.

Satışçı (Salesman - Salesperson): Muhtemel müşterileri ve onların ihtiyaçlarını araştıran, firmanın satış politika ve prosedürlerine uygun olarak ürün veya hizmetleri sunan, müşteriyi ikna eden, itiraz ve endişeleri ile başeden ve onu satın alma kararını vermesine yardımcı olan profesyonel iş insanıdır.

Satılma Süreci: Tüketicinin, bir ihtiyacı fark ettikten sonra bu ihtiyacı giderene kadar izlediği aşamaların tümüdür.

Savaş-Muharebe

Save etmek-Kaydetmek

Save etmek-kaydetmek

Savunma-Müdafaa

Say: Kapitalizmin dayanağı sayılan Klasik Okul'un temsilcilerindendir. Müteşebbis kavramını ilk kez ekonomi literatürüne soktu. Müteşebbis gelirinin, müteşebbis ücreti, kârı, kapital kârının toplamı olarak gördü. Mahreçler Kanunu ile üretimi aynı zamanda tüketim olarak gördü.

Seattle (Kızılderi Reis); ABD başkanına 1854 senesinde yazdığı bir mektupta şöyle diyor; “Son ağaç kesildiğinde, son nehir kurduğunda ve son balık avlandığında beyaz adam anlayacak ki para yenilecek bir şey değildir”

Security-Güvenlik

Security-güvenlik

Segment: Bölüm, katagori, sınıf, grup, zümre, bölüm.

Segment-Bölüm

Sektör: Bölüm, kol, dal olarak, ekonomik faaliyetlerin sınıflandırılması; bir ekonomik sisteminin, görünüşte farklı olan faaliyetlerin müşterek hususiyetler taşıyan alt birimlerinin, belirli kriterlere göre tasnif edilmesidir.

Sempatik-Sevimli-Cana yakın

Sempatik-sevimli-cana yakın

Sendika; çalışanların ortak hak ve menfaatlerini korumak, meselelerini çözmek için kurulmuş ekonomik unsurlar taşıyan, devlet, siyasi parti ve iktidar organizasyonlarından bağımsız bir işçi sınıfı kuruluşudur.

Sened-i İttifak: (29 Eylül 1808) Osmanlı Sadrazamı Alemdar Mustafa Paşa'nın Rumeli ve Anadolu Ayanlarını (toplumun önde gelenleri) İstanbul'da toplayarak hükümetle ayanlar arasında yapılan anayasa mesabesindeki sözleşmedir. Osmanlı devletinin ilk anayasa belgesidir. Hükümdarın yetkilerinin anayasa ve seçimle gelen milletvekillerinin oluşturduğu meclis tarafından kısıtlandığı ve yasamanın hükümdarın fermanı ile değil, parlamento yoluyla yapıldığı yönetim şekli olan meşrutiyetin ilk denemesi 1215'de İngiltere'de “Magna Carta” ile başlar, 1789 Fransız Devrimi sonrası 1830 yılında Fransa'da ve nihayet 1876'da “Kanun-i Esasi (Anayasa)”nin ilânı ile Osmanlı'da hayata geçer. Osmanlı Devleti, 1808 senesinde toplumun ileri gelenlerinden oluşan Ayanlar ile Sened-i İttifak olarak bilinen ilk anayasa hükmündeki sözleşme ile başlayan süreç; 1839 senesi Tanzimat Fermanı olarak bilinen Gülhane Hatt-ı Şerifi (Hümayunu) ile yenileşme devam ediyor. 1876 senesinde II.

Abdülhamit tarafından anayasaya dayalı yönetim olan I.Meşrutiyet ilan ediliyor ve 1877-78 Osmanlı-Rus

Savaşı'ndaki yenilgi sonu II. Abdülhamid'in Meclis-i Mebusan'ı kapatmasıyla 1878'de son bulmuştur. Osmanlı Anayasa'sı 29 sene askıdan sonra 1908'de II. Meşrutiyetin ilanı devam eden süreç Sultan Vahdettin tarafından 1920'de Meclis-i Mebusan'ı tasfiyesine kadar devam etmiştir.

Senkronik-Eşzamanlı

Senyoraj: Paranın üretim maliyeti ile üzerinde yazılı değer arasındaki farktır. Orta Çağ'da Avrupa'da hüküm süren derebeyler (Senyörler) bu hakkı ellerinde tutup, kendi çıkarları için kullandıkları için, bu kavrama Senyoraj ismi verilmiştir. Modern ekonomik sistemlerde, teknik olarak bu hak sadece merkez bankasıdır.

Serbest Bölgele: Ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla beraber gümrük hattı dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınaî ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerler olarak tanımlanabilir.

Serbest Döviz: Konvertibl ulusal paradır. Yurtiçinde başka ulusal paralara tahvili serbest olup, yurtdışına transferlerine çeşitli sınırlar konmuş olabilir.

Serbest Liman-Bölge: Siyasi sınırlar içinde kalmasına rağmen gümrük sınırları dışında tutulan liman veya bölgedir.

Serbest Piyasa Ekonomisi: Piyasanın genel olarak arz ve talep kurallarına göre işlediği, devlet müdahalesinin asgari düzeyde olduğu ve rekabetin esas olduğu bir ekonomik düzendir. Çok sayıda alıcı ve satıcı varsa, piyasa giriş-çıkışı serbest ise, tekelleri firmalar hâkim değilse, piyasa açık ve şeffaf ise, böyle bir piyasa serbest rekabet piyasasıdır.

Serbest ticaret; ithalat ve ihracatın genelde devletin müdahalesi olmadan yürütülmesini esas alan ve açık pazar ve liberalizmi savunan ekonomi politikasıdır. Bu politikada devletin dış ticaret üzerindeki kontrolünden ve vergi uygulamasından tamamen vazgeçmesi manasına gelmeyebilir.

Sermaye piyasası: Tahvil, bono, hisse senedi gibi, taşınır değerlerin arz ve talebinin karşılaştığı; bankalar, katılım bankaları, sigorta şirketleri, emeklilik kurumları, bankerler, kredi kooperatifleri gibi, kurumları ifade eder. Döviz ve sermaye piyasalarının ortak ismi ise mali piyasalardır. **Sermaye:** Bir işletmenin kuruluşunu ve faaliyete geçmesini sağlamak gayesiyle öz kaynak olarak konulan veya taahhüt edilen para, mal ve gayri maddi varlıklar; işletmenin elinde bulundurduğu ve sahip olduğu değerler toplamıdır.

Sermaye: Bir işletmenin kuruluşunu ve faaliyete geçmesini sağlamak gayesiyle öz kaynak olarak konulan veya taahhüt edilen para, mal ve gayri maddi varlıkların tümüdür.

Diğer bir ifade ile **sermaye;** işletmenin elinde bulundurduğu ve sahip olduğu değerler toplamıdır. Başka bir tanımla **sermaye;** bir işletmenin elinde bulunan bütün varlıkların toplamından borçları düşüldükten sonra geriye kalan katkısız varlıktır. İşletme bünyesinde üretimde kullanılan bütün maddi ve maddi olmayan değerler **sermaye** olarak ifade edilir.

Bunlar; özetle arazi, hammadde, yardımcı madde, malzeme, yarı mamul, mamul, bina, makine, nakit para, alacak, patent, ihtira beraati, lisans, marka, imtiyaz, iştirak, hisse senedi, tahvil gibi, işletme varlıklarıdır. Sermaye, **sabit sermaye**, yani sermaye malları olarak da ifade edilen; bina, makine, teçhizat, alet ve donanım gibi, **işletme sermayesi;** dönen varlıklar veya **toplam sermaye** olarak kendi içerisinde sınıflandırılmaktadır. Sermayenin diğer bir bölümünü oluşturan **“gayri maddi varlıklar”** ise genellikle maddi olmayan yani elle tutulup, gözle görülmeyen teknik bilgi, patent hakları, markalar, iştirakler ve imtiyazlar gibi, unsurlardan oluşur. Sermaye ile ilgili diğer kavramlar da aşağıdaki gibi, açıklanabilir: **Borç sermayesi:** İşletmenin kısa, orta ve uzun süreli borçlanmalarla sağladığı sermayedir. **Öz sermaye:** Kurucular veya ortaklarca yüklenilen sermaye olarak; ödenmiş sermayeden, yedek sermayeden, karşılıklardan ve dağıtılmamış kârlardan oluşur. **Döner sermaye:** Bir üretim dönemine katılarak üretim dönemi sonunda pazara sürülen, tükenen veya şekil değiştiren sermaye unsurlarına döner sermaye denir. Bir başka ifade ile döner yani değişir işletme sermayesi, işletmenin bir faaliyet dönemi içinde paraya çevrilebilir varlıklar toplamıdır. **Sabit sermaye:** Değişmez ve durağan sermaye olarak da ifade edilen sabit sermaye, şekil değiştirmeden olduğu gibi, kalan ve birden fazla üretim dönemine katılarak yavaş yavaş tükenen sermaye unsurlarıdır. **Likidite:** Bir işletmenin süresi gelen borçlarını ödeyebilme yeteneğine veya süresi gelen borçlarını ödemeye yetecek kadar işletmenin elinde emre hazır fon bulunmasına likidite denir. **Sermaye piyasası;** tahvil, bono, hisse senedi gibi, taşınır değerlerin arz ve talebinin karşılaştığı; bankalar, katılım bankaları, sigorta şirketleri, emeklilik kurumları, bankerler, kredi kooperatifleri gibi, kurumları ifade eder. Döviz ve sermaye piyasalarının ortak ismi ise mali piyasalardır.

Katılım Bankacılığı: Mali piyasada yani finans sektöründe faaliyet yürüten; tasarruf sahiplerinden topladığı fonları faizsiz finansman ve kâr zarar ortaklığı kaideleri dâhilinde reel ekonomiyi finanse eden ve bankacılık hizmetleri sunan kuruluşlardır.

Sermayedar: Sermayeye sahip olan ve bunu bizatihi yatırım yaparak değerlendiren veya gerekirse ihtiyaç duyan kişilere borç vererek veya hisse senedi satın alarak, ortaklık kurarak sunan kişidir.

Sevad-ı Azam: Bu kelime gurubu, kelime manası itibariyle “büyük karar” demektir. Mecazi olarak ise, “iktisadî manada birbirine yakın insanlar topluluğu” veya “milletin kahir ekseriyeti” manasında kullanılmıştır. Bediüzzaman sevad-ı azama “ekseriyet-i masum” demiştir.

Sıcak savaş: Devletlerin diplomatik ilişkilerini keserek giriştikleri karşılıklı silahlı mücadele, harp, cenk. Sınırsız-Hadsiz

Siber güç: Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Siber suç: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır.

Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, malî hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye’de Türk Ceza Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile

düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir. **Dünyada siber suçun belirten diğer ifadeler ise:** Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Siesta: Öğle Uykusu: Güç veren şekerleme=Kaylule

Sigorta Sözleşmesi (Poliçesi):Sigortalıya, sigortaya konu olan mal ve hizmetin sigortada belirtilen ihtimalleri çerçevesinde zarar görmesi durumunda tazminat vermeyi veya sigortalının hayatında meydana gelen belli olaylar üzerinde ödemedede bulunmayı taahhüt eden sözleşmedir. Sözleşme ile her iki taraf birbirlerine karşılıklı olarak edim yükümlülüğü altına girer. Sigorta sözleşmesinin özelliği, sigortacının yükümlülüğünün gelecekte belirli olmayan olgulara bağlı olmasıdır.

Sinerji (görevdeşlik); bütünün parçalarının toplamından daha fazla olması ve organizasyondaki tüm kaynakların ortak bir gayeye yöneltilmesini ve bir grubu harekete geçirmesidir. **Sinerjik yönetimi ise,** yönetime tüm çalışanların daha geniş ve etkin bir katılımını planlama, organize etme, yöneltme, koordinasyon ve kontrol işlevi ile sağlamadır. **Sinerji;** aynı işi yapmak gayesiyle hareket eden kişilerin birbirleri ile uyumlu zamanlama ve heyecan ile hareket etmesi ve bu iş birliği neticesinde artı faydaların ortaya çıkma heyecanına ve işbirliği ruhuna verilen isimdir.

Sinerji-Görevdeşlik

Sinerjik yönetim; organizasyondaki lider, insan, sistem ve donanım kaynaklarının bir arada düşünülüp ve önemi üzerinde durarak bunları; planlama, organize etme, yöneltme, koordine etme ve kontrol etme süreçlerini ifade eder. Diğer bir tarifile **sinerjik yönetim;** organizasyonda tüm kaynakların etkin bir liderlik ile bir araya getirilmesi ve böylece daha yüksek bir enerjinin ortaya konmasını ifade eder.

Sistem; belirli parçalardan oluşan, bu parçalar arasında belirli ilişkiler olan, bu parçaların aynı zamanda dış çevre ilişkisi olan bir bütündür. Her sistemin alt sistemi olduğu gibi, her sistem bir başka üst sisteminde bir alt sistemidir. Sistemler açık ve kapalı olarak iki şekildedir. **Açık sistem;** sistem ile sistemin faaliyette bulunduğu çevre arasında enerji, bilgi ve materyal alış-verişi varsa bu sistemler açık sistem olarak; insan, hayvan, işletme gibi, ifade edilir. **Kapalı sistem** ise sistem ile çevresi arasında alış-veriş, etkilenme yoksa çalar saat gibi, o sistem kapalı sistemdir ve entropi sebebiyle bir süre sonra faaliyetlerini durdurmak zorunda kalır.

Sistem; sınırları ve gayeleri önceden planlanmış, faaliyetler, işlevler, unsurlar ve ilişkiler grubudur. Her sistem, daha büyük bir sistemin **alt sistemi** ve aynı şekilde, her sistem kendi içindeki bir sistemin **üst sistemidir.**

Sistem-Düzen-Nizam

Sistem-Manzume

Sistem-Manzume

Siyasal Pazarlama: Bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu ve her bir seçmenin tanınmasını sağlayarak seçilmesini veya partilerin iktidara gelmesi için düzenlenen pazarlama faaliyetleridir.

Siyaset ve Din: Din iktidarla özdeşleşirse, iktidara kızanlar dinden de soğur. İslami referanslar kullanılarak ilerleyen ve gittikçe de otoriterleşen iktidarlar İslam'a zarar vermektedir. Toplum tepeden dindarlaştırma iddiası aksülamel yaparak insanları dinden soğutabilmektedir. Siyaset ve yöneticilik bir sanattır. San'atta maharet ve beceri ön plandadır. Maharetle dindarlığın aynı şahısta toplanmaması durumunda, san'atta salâhattan (dindarlıktan) ziyade maharetin (beceri ve kabiliyetin) tercih sebebi olmalıdır. Bir Hadiste "İşler ehline verilmediği zaman onların kıyametini bekleyiniz" buyrulur.

Siyasi Patoloji: Rüşvet, yolsuzluk ve diğer türde siyasi yozlaşmaların ve kirliliklerin analizinin (tahlil) yapıldığı, teşhislerinin ve çözüm tekliflerinin ortaya konulduğu çalışmalardır.

Slayt-Yansı

Slayt-yansı

Slogan: Bir mal veya hizmetin akılda kalmasını sağlamak gayesiyle kullanılan kısa cümlelerdir.

Sofistike: Aşırı ölçüde yapmacık davranan kimse, aşırı karmaşık olan durum.

Soğuk Savaş (Cold War): İki süpergüç olan ABD önderliğinde Batı Bloku ile Sovyetler Birliği'nin önderliğinde Doğu Bloku ülkeleri arasında 1947'den 1991'e kadar devam etmiş olan uluslararası siyasi ve askeri gerginliktir.

Son derece-Gayet

Son-Nihai

Sonuç-Netice

Sonuç-netice

Sorumluluk (Mesuliyet): [Responsibility // Verantwortung]: Kişinin, davranışlarından hesap verme mükellefiyeti altında bulunması hâlidir. **Sorumluluk:** Bir şeyi yapma zorunluluğu olarak işe ilişkin faaliyetleri başarma yükümlülüğüdür. Organizasyona ait sorumluluk, bir kimsenin organizasyon işleri, işlevleri veya görevleri yapma zorunluluğudur. Sorumluluk yetki devrinin ayrılmaz bir parçasıdır. Kişi bir görevi kabul ettiği anda sorumluluk kendiliğinden doğar. Yetki akışı yukarıdan aşağıya doğru olmaktadır. Yetki devredilir ancak sorumluluk devredilemez, yönetici yetki devrinde sorumluluktan kaçamaz. Ancak devredilen yetki ile birlikte sorumluluk da ortaya çıkar. Yetki ve sorumluluk birbirine eşit olmalıdır.

Sorumluluk-Mesuliyet

Sorumluluk-mesuliyet

Sosyal (Refah) Devlet: Devletin sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak gayesiyle sosyal ve ekonomik hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören bir anlayıştır. Ekonomik ve sosyal alanlarda fertlere sosyal güvenlik ve adalet sağlayıcı politikalar üreten devlet modeli.

Sosyal (Toplumsal) Pazarlama: Pazarlamayı sosyal bir sistem olarak ele alıp, klasik ve modern pazarlamadaki, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma gibi, temel kriterlere ilave; hedef gruplardaki sosyal fikir ve uygulamaların kabulünü artırmak için ürün planlama, fiyatlandırma, haberleşme, dağıtım ve pazar araştırması gibi, araçlardan faydalanarak programların düzenlenmesi, uygulanması ve kontrolü faaliyetlerini ifade eder.

Sosyal (Toplumsal): [Social // Sozial]: Latince "socius" kelimesinden türeyen bu kelime, "içtimaî, toplumsal, topluma ait, topluma bağlı, toplumla ilgili" yani "insanların toplum içinde ve birlikte yaşamaları ile ilgili" anlamlarına gelmektedir. // Genelde, bir alanda, belirli bir sürede ve belli bir **insan** topluluğuna müteallik olan bu kelime, toplumdaki çeşitli **sosyal sınıfların** ve grupların birbirleriyle entegre olmasını da ifade etmektedir. Bu anlamdaki sosyal, daha fazla "birliktelik" veya "birlikte oluş" manalarına gelir.

Sosyal Adalet: [Social justice // Soziale Gerechtigkeit]: Değişik **toplum** kesimleri arasında gelir dağılımı, hayat standardı, refah düzeyi vb. gibi, ölçütler açısından belirli bir dengenin sağlanmış olması; kamplaşmalara yol açabilecek gelişme farklılıklarının, uçurumların ortadan kaldırılmış olması ve sosyal sınıflar arasındaki çelişkilerin en aza indirilmiş olması durumudur.

Sosyal Ahlâk (Sosyal Etik; Güzel Ahlâk): [Social ethics // Sozialethik]: Temelde kalbî, manevî ve derunî temelini yanı sıra, onun dışı yansıması ile fiile dönüşen, **iş** ve faaliyet şeklinde etkinliklere konu olan bir **sosyal davranış** bilimidir.

Sosyal Antropoloji: [Social anthropology // Sozialanthropologie]: **Sosyal hayatı, kültürleri**, yazının icadından önceki devirlerden başlayarak, bugüne kadarki sosyo-kültürel gelişmeleri inceleyen **antropolojik bir bilim** dalıdır.

Sosyal Atalet: [Social laziness-inactivity-lassitude // Soziale Faulheit-Untaetigkeit-Traegheit]: Toplumun önemli bir bölümünün gevşemesi, tembelliğe sürüklenmesi, yüksek moral, **motivasyon** ve millî heyecanını yitirmesi neticesinde, ciddi **sosyal meselelere** çözüm bulma konusunda toplumca şaşkınlık ve çaresizlik içinde bulunma.

Sosyal devlet veya **Refah devleti**, minimum düzey üzerinde vatandaşlarının refahı için öncelikli sorumluluk kabul eden devlet kavramı olup devletin vatandaşlarının iktisadi ve sosyal gelişmelerinin korunması ve teşvik edilmesinde temel rol oynamasını ifade eder. Devlet, fırsat eşitliği, servetin eşit şekilde dağılması ve nispeten rahat bir hayat sağlamak için gerekli asgari şartlara ulaşamayan kişiler için kamu mesuliyeti prensiplerine dayanır. Devletin sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak gayesiyle sosyal ve ekonomik hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören ve bu noktada ekonomik ve sosyal alanlarda fertlere sosyal güvenlik ve adalet sağlayıcı politikalar üreten devlet modeli olan sosyal devlet (refah devleti) anlayışı ile ülke kalkınmasında özel sektöre de yer verilmektedir. Ancak çoğu zaman devletin müdahalesi olmadan ekonomik büyüme ve gelişme (kalkınma) sağlanamamaktadır. Demokratik hak ve hürriyetlerin baskılandığı, siyasi gücün tek elde toplandığı devlet yönetimi olan **totaliter** anlayışta önem verilmeyen iktisadi ve sosyal hayat, **refah devleti** anlayışının benimsenmesi ve yaygınlaşması ile önemli hale gelmiştir. Devletin, kalkınmayı, sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak gayesiyle sosyal ve iktisadi hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören ve bu alanlarda fertlere istihdam imkânı, sosyal güvenlik ve adalet sağlayıcı siyaset geliştiren devlet modeli olan **sosyal devlet** (refah devleti) anlayışı toplum hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Devlet sahip olduğu yetki ve elindeki imkânları kullanarak, alacağı tedbirlerle yabancı para cinsinden borçlanmayı yasaklayarak kur risklerine karşı kişileri (hane halkı) nı korumaya alırken, globalleşme ile özel sektör (işletmeler) genel ekonomik belirsizlikler sebebiyle döviz cinsinden borçlanmaları ve bunların kur risklerini iyi yönetmek için sağlıklı bir gözetim imkânı oluşturmalı ve zararı azaltacak tedbirler almalıdır.

Sosyal Fayda Oluşturan / Kâr Gütmeyen Kuruluşlar (KGK): Kâr gütmeyen kuruluşlar, maddî bir gelir veya kâr elde etmek gayesiyle kurulmamış olan ve bundan dolayı da net gelirinin tamamı veya bir kısmı üyelerine, mütevellilerine, çalışanlarına veya herhangi bir özel şahsa dağıtılmayan kuruluşlardır. **Diğer bir tanıma göre KGK**, mal ve hizmet üretmek gayesiyle kurulan kanuni veya sosyal varlıklardır. Ancak, bunların statüleri; kurdukları, kontrol ettikleri veya finanse ettikleri kuruluşların, kendilerinin gelir, kâr veya diğer finansal kazanç kaynağı olmasına izin vermemektedir. Başka bir tanımda ise **KGK**, kısaca, özel sektörde kurulu olan, fakat (sağlık, eğitim, kültürel, sosyal refah artışı ve temel hakların geliştirilmesi gibi,) birtakım kamusal gayeleri olan kuruluşları ifade etmektedir.

Sosyal fayda; kişilerin, kurumların veya devletin kâr gayesi gözetmeden aldığı ekonomik, sosyal ve kültürel kararlar sonucunda, toplumun **refah** seviyesinde meydana gelen artışa genel olarak verilen isimdir.

Sosyal Fobi: Kişinin girdiği sosyal bir ortamda onaylanmayacak, beğenilmeyecek bir davranışta bulunmaktan duyulan bir korku olarak nitelenir. **Sosyal Fobi:** Utanç verici bir duruma düşmek, onaylanmayacak bir davranışta bulunmak, alay edilmek, rezil olmak, eleştirilmek, reddedilmek, beğenilmemek ve olumsuz olarak değerlendirilmekten duyulan korku. Başkalarının beklentilerine fazla önem verme, kendi isteklerini açıkça ortaya koyamama, kendini fazla eleştirme, hataları gözünde büyütme, incelendiği düşüncesiyle kalabalık ortamlarda göz önünde bulunmaktan rahatsızlık duyma gibi, eğilimler sosyal fobililerin belirgin nitelikleri olarak sayılabilir.

Sosyal medya bağımlılığı; genel hatlarıyla internet başından ayrılamama, internete girmeyince kendini boşlukta ve huzursuz hissetme, sürekli bir şeyleri kaçırıyormuş hissine kapılma ve günlük yaşamını devam ettirememeye durumudur. Sosyal medya, kullanıcıları bilinçlendirmeli, faydalı içerik üretmelidir. **İnternet bağımlılığı:** İnternete bağımlı kalma süresinin sürekli artması ile internet bağımlılığı oluşmaktadır. Yeni teknolojiler kullanıcıların kimyasını bozmuyor, fakat formülünü değiştiriyor.

Sosyal Psikoloji: [Social psychology // Sozialpsychologie]: Ferdin **sosyal çevresi** ile **kültürel** ortamı arasındaki korelasyonu (karşılıklı münasebeti) inceleyen bir bilim dalıdır. // Ferdin davranışı, diğer **insanların** davranışlarını uyardığı veya kendisi bizzat böyle bir davranışa tepki oluşturduğu müddetçe ferdin davranışını inceleyen bir psikoloji bilim dalıdır. **Sosyal psikoloji;** toplumun insan davranışlarına etkisini konu edinen bilim dalıdır.

Sosyal Sermaye: Karşılıklı kazanma ve tanınmaya veya kalıcı ilişki ağlarına sahip olmaya bağlı olan mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı olarak ifade edilebilir. Başka bir tanımlama ile **sosyal sermaye**, sosyal ilişkiler içinde yer alan sorumluluklar ve beklentiler, bilgi ve normlar olarak ifade edilir. Bu tanımlardan hareketle sosyal sermayenin özünde yatan varsayımı sosyal ilişkilerden doğan ve fertlerin tek başına ulaşamayacağı başarıları elde etme ihtimali oluşturan faydalı kaynaklar olarak ifade etmek mümkündür. Sosyal sermayenin; yapısal, ilişkisel ve bilişsel olarak üç çeşit boyutu vardır. **1-Yapısal Boyut:** İnsanlar veya birimler arasındaki ilişki yapılarını ifade eder. Ağ yapıları, bağların niteliği, ilişki kalıpları bu boyutun inceleme alanı içindedir. **2- İlişkisel Boyut:** Etkileşim yoluyla insanların birbirleri arasında geliştirilmiş oldukları kişisel ilişkiler çeşitlerini anlatır. Güven, norm ve değerler bu boyut altında ele alınmaktadır. **3- Bilişsel Boyut:** Sosyal bir ağda yer alan insanların ortak bir yaklaşım veya anlayış geliştirip geliştirmediklerini inceler. Ortak dil, paylaşılan bir vizyon, hikayeler, ortak kimlik bu boyutun önemli elemanlarıdır.

Sosyal sorumluluk; işletmenin ekonomik faaliyetlerinin, onunla ilgili olan; çalışanlar, müşteriler hissedarlar, tedarikçiler, tabi çevre, toplum ve devlet gibi, tüm tarafların menfaatlerine zarar verilmeden yönetilmesidir. Diğer bir tanımla **sosyal sorumluluk;** bir işletmenin ekonomik ve kanuni şartlara, iş ahlâkına, işletme dışı ve içi çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve siyaseti takip etmesine, insanları mutlu ve memnun etmesine yönelik mesuliyetlerine denir. Sosyal sorumluluk, bir işletmenin ekonomik ve kanuni şartlara, iş ahlâkına, işletme içi çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve siyaseti takip etmesine, insanları memnun etmesine yönelik bir kavramdır. Günümüzde işletmenin kuruluş ve faaliyette bulunma sebepleri geleneksel anlamda sadece kâr gayesiyle değil, topluma hizmet gayesi çerçevesinde, müşterilerin taleplerine uygun nitelik ve miktarda mal ve hizmet üretmeleri gerekir. İşletmeler ürettikleri bu ürünleri, müşterilerin taleplerine uygun miktar ve yerlerde, onların ödeme güçlerine uygun fiyat ve zamanda sunmaları sonucu oluşacak tüketim ve sağlanacak fayda, aynı zamanda toplumun refah düzeyinin de gelişmesini sağlayıcı rol oynayacaktır. İşletmelerin bu gayesi benimsemeleri, onların sosyal mesuliyetlerinin bilincine varmaları şeklinde açıklanabilir. Ahlaki, kanuni ve ekonomik boyutta; çevreyi koruma, müşteri tercihini dikkate alarak kaliteli ve güvenli ürünler sunma; personelin temel hak ve hürriyetlerine saygı gösterme; işletmeyi ortakların haklarını koruyacak ve kârlı kılacak şekilde yönetme, faaliyetlerle ilgili doğru bilgi sunma ve toplumun refah seviyesini yükseltecek eğitim, sağlık ve sanat etkinliklerini destekleme birer sosyal sorumluluk faaliyetidir. Ekonomi bilimi, işletmeleri ekonomik sistemin temel parçası sayarak kıt olarak bilinen kaynakları birleştirerek fayda oluşturan ekonomik birimler olarak kabul eder. Ülke ekonomik sistemi içerisinde faaliyet gösteren işletmeler müşterilerin çeşitli ihtiyaçlarına cevap verme yarışı içinde, toplumun genel ahlâkına uygun, kişilere, çevreye ve devlete karşı görevlerini içine alan sosyal mesuliyetlerini yerine getirmeyi kendine temel kabul etmelidir. Aynı zamanda işletmelerin gelişerek, büyüyüp güçlü bir yapıya kavuşmaları ülkenin ekonomik ve sosyal yapısının da güçlenmesini sağlar. Yöneticilerin karar alma sürecinde rehberlik edecek etkenlerin başında onun ahlâki değeri gelir. Yöneticilerin yeri toplum nezdinde; sürekli olarak sosyal refahı sağlama sorumluluğunu taşıyan kişiler olarak görülmektedir. İşletme faaliyetlerinde yer alan kişilerin veya karar veren yöneticilerin kararlarında ticari ve ahlâki değerleri dikkate almaları gerekmektedir. Artık kuruluşlar işlerini yaparken, çalışanına, tüketiciye, çevresine ve topluma ev iş ahlâkını bozmadan onlara fayda sağlayacak görev ve sorumlulukları yerine getirmelidir. Sosyal sorumluluk günümüzde global ölçekte değerlendirilmektedir. **Global sosyal sorumluluk;** dünya ölçeğinde bilhassa; sulh, güvenlik, iklim, enerji, ekonomi, kültür ve diyalog alanlarında her kişi ve organizasyonun üzerine düşen görevleri yerine getirmesini ifade eder. Global meselelerde sivil toplum organizasyonlarının önem ve sorumluluğu çok büyüktür. Kurum içi sosyal mesuliyet ile işletmenin kârlılığı ve verimliliği arasında iki yönlü bir ilişki mevcuttur. Kurum dışı mesuliyet yani topluma, devlete ve tabi çevreye karşı mesuliyet ise kurum gayesi ile daha fazla çatışır. Burada kuruluşun asıl gayesi ile çatışsa da sosyal mesuliyet ahlâki iş ahlâkının önemli ve ayrılmaz bir parçasıdır. İşletmeler sosyal sorumluluk projelerini daha çok çeşitli yardım kuruluşları aracılığı ile yürüttüğü görülmektedir. Osmanlı'nın sadaka taşı uygulaması, günümüz işletmelerinde "**askıda ihtiyaç maddeleri**" şeklinde benzer uygulamalar yürütmektedirler. **Sadaka taşı;** Osmanlı toplumunda, cami, imaret ve kütüphane gibi, sosyal hizmet veren mekânlarda bir buçuk veya iki metre yüksekliğinde üst tarafı oyulmuş taş ve bu taş varlıklı insanlar kimseye göstermeden sadakayı bırakırlar ve ihtiyacı olanda buradan kimse görmeden ihtiyacı kadar alır. Yöneticilerin uzmanlaşması, işletmelerin büyümeleri, çok ortaklı hale gelmeleri, rekabet yoğunlaşması, çevre meselelerinin artışı, iyi imaj oluşturma istekleri ile meslek kuruluşlarının, işçi sendikalarının ve tüketici organizasyonların güçlenmesi ve baskıları, ülkenin sınırlı kaynaklarının verimli kullanılması konusunda alınan tedbirler gibi, sebepler işletmelerde **sosyal sorumluluk bilincinin** uyanmasında etkili olmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelere sağladığı birçok fayda yanında bazı görüşlere göre de bir takım olumsuzlukları da barındırmaktadır. **Kurumsal sosyal sorumluluğun sağladığı faydalar:** İtibar yönetimi, Risk yönetimi, Çalışanların tatmini, Yenilik ve öğrenme, Sermayeye rahat ulaşma, Mali performans artışı, **Kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeye olumsuz katkıları:** İşletme kârının düşmesi, İşletme maliyetlerinin artması, İşletme gayesinden sapma, Sosyal sorumluluk çerçevesinde günümüz işletmeleri birçok alanda topluma hizmet sunma yönelmiş durumdadır. Sosyal ve kültürel alanlardaki hizmetler prestij kazandıran faaliyetler olarak görüldüğünden iş adamları kendi isimlerini taşıyan okul binaları yaptırıyor; özel okullar, üniversiteler kuruyorlar; vakıf ve dernekler gibi, gönüllü teşekküllerle erozyonu önleme, sosyal problemlere çareler bulma gibi,

faaliyetleri yürütüyorlar. Son zamanlarda işletmeler müşterisine, çevreye, çalışanlarına ve topluma saygılı kuruluş görüntüsü oluşturulmakta ve bu faaliyetler için yapılan harcamalar da, itibar kapitali olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler sosyal mesuliyetlerini yerine getirmek için; toplumun ihtiyaçlarını tespit eder, üretir ve tüketime arz ederek bölgenin ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi gelişimine katkı sağlar. Tasarrufların verimli alanlara yatırılmasını sağlayarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur. İşletmeler, toplumda üretim, bölüşüm, tüketime, devlete karşı mali yükümlülüklerini yerine getirerek vergi ve sosyal adaletin gerçekleşmesine, demokrasinin gelişmesine ve toplumun ortak kullandığı somut ve soyut değerleri gözeterek daha etkin ve uzun ömürlü olmasına katkıda bulunur. İşletmeler sürdürülebilir bir kalkınma anlayışı içerisinde ekolojik dengeye duyarlı, çevreye saygılı, sosyal ve kültürel faaliyetlere katkılarıyla toplumun gelişimini ve refahını sağlar. İşletmeler, karşılıklı kazanma ve tanınmaya veya kalıcı ilişki ağlarına sahip olmaya bağlı olan mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı olan **sosyal sermayeye** büyük katkılar sağlarlar. **İşletmenin temel sorumlulukları: Çalışanlara karşı sorumlulukları:** Bu konuda düzenlenen “**Sosyal Sorumluluk 8000 Standardı**”nın iş yerinde uygulanması gerekir. Bu noktada çalışanlara karşı mesuliyetler; (1)iş güvenliği tam olarak sağlanmalı, (2)çalışanlarının sağlığı için çeşitli tedbirler alma, (3)liyakat kuralını uygulamalı, (4)çalışanın özel hayatına saygılı davranılmalı ve (5)çalışanın iş hayatından tatmin olabilmesi için tedbirler almalı ve kariyer planlaması yapma gibi, sıralanır. İşletmede yöneticiler zaman zaman çalışanlara ahlâki olmayan; (1)ayrımcılık, kayırma, yaranma ve dalkavukluk, (2)şiddet, baskı, saldırganlık, hakaret ve küfür, (3)zimmet, rüşvet ve yolsuzluk, (4)sömürü ve işe siyaset karıştırma, (5)ihmal ve dedikodu, (6)bencillik, korkutma, taciz ve işkence ve (7)görev ve yetkinin kötüye kullanımı gibi, davranışlar sergileyebilmektedirler. **Müşterilerine karşı sorumlulukları:** Ürün güvenliği ve kalitesi sağlayarak garanti süre ve şartları bakımından aldatıcı olmamalı. İşletmeler, yanıltıcı paketleme, yanıltıcı reklâm ve yanıltıcı pazarlama yapmamalı ve müşterilerine “**daha kaliteli ve güvenilir ürünler sunma**” mesuliyetini vurgulayan **ISO 9000** ve tabi çevreye karşı olan mesuliyetlerini düzenleyen **ISO 14000** serileri gibi, standartları yerine getirmelidir. Gıda kökenli hastalıkların önüne geçebilmek ve tüketici sağlığını korumak gayesiyle bilhassa kolay bozulabilen; su, süt ve et ürünleri tesislerinde HACCP sistemi uygulaması zorunlu hale getirilmiştir. Bu çeşit ürünlerin gerekli kontrollerini Tarım ve Köy işleri Bakanlığı gerçekleştirmektedir. Bu sorumluluklar; (1)müşterilerin şartsız tatmini, (2)ürün güvenliği ve kalitesi sağlamalı, (3)garanti süre ve şartları bakımından aldatıcı olmamalı, (4)reklamalarda yanıltıcı olmama, çocuklara yönelik reklam yapmama ve (5)yanıltıcı paketleme, aldatıcı pazarlama yapmamalı şeklinde sıralanabilir. **Tabi çevreye karşı sorumlulukları:** İşletmelerin kurulu buldukları tabi çevreye karşı birtakım mesuliyetleri bulunmaktadır. İşletmeler bu mesuliyetlerini çevre yönetim sistemine uygun hareket ederek yerine getirir. **TS EN ISO 14001:2005 Çevre Yönetim Sistemi:** Bir işletmenin çevreye dair zorunluluklarını yerine getirmesi için yaptığı faaliyetlerin planlanması, uygulanması ve gözden geçirilmesini ifade eder. İşletmenin çevreye karşı sorumlulukları; (1)canlılara ve tabiata zarar vermemeli, (2)çevre kirliliğine yol açmamalı, (3)tabii kaynaklara zarar vermemeli ve (4)çevreye saygılı davranmalı şeklinde sıralanabilir. **Hissedarlara yönelik sorumlulukları:** İşletme yönetimi, işletmenin ortaklarına karşı hesap verme, bilgi verme ve hisselerine oranla dönem sonunda kardan pay verme gibi, temel görevleri bulunmaktadır. **Tedarikçilere karşı sorumlulukları:** İşletmeler üretim için gerekli tüm girdileri tedarikçilerden temin ederler. Bu açıdan kaliteli bir üretim için işletmeye hammadde girişinin temin edildiği tedarikçilerle iyi ilişkiler kurup geliştirmelidirler. **Topluma ve devlete karşı sorumlulukları:** Toplum hayatını zenginleştirecek sosyal-kültürel-sportif faaliyetlere katkıda bulunma ve devletin kanun ve yönetmeliklerine uymalı ve vergisini ödemelidir. Bu mesuliyetler; (1)aile hayatına saygılı olmalı, (2)cinsiyet ayrımcılığı karşı duyarlı davranmalı, (3)devletin kanun ve yönetmeliklerine uymalı, (4)vergisini ödemeli, (5)toplumu ilgilendiren meseleleri için duyarlı olmalı ve çözümü için katkıda bulunmalı ve (6)kültür ve sanat faaliyetlerini destekleyerek toplum yaşamını zenginleştirme gibi, sıralanabilir. **Rakiplere karşı sorumlulukları:** Aynı piyasada faaliyet gösteren ve aynı ürünü üretilen satan rakip kuruluşlar kendi aralarında birbirlerine karşı muamelelerinde saygılı ve dürüst olmalıdırlar.

Sosyalizm: Toplumculuk: Toplumsal refahı devlet inisiyatifinin getireceğini savunan, işçilerin yönetime katılmalarına ağırlık veren, hür teşebbüsü devletin ve sendikaların baskısı altında tutmaya çalışan, telkin ve propagandalarını eğitim, tarım ve vergi reformları üzerinde yoğunlaştıran siyasi öğreti, sosyalistlik, sosyalizm, **erkincilik** karşıtı. / **Toplumculuk:** Ana üretim maddelerinin elde edilmesi, dağıtım ve kullanılmasında ortaklaşa mülk iyeliğini ya da devletçiliği öngören; kooperatifçiliğe, toplumsal hizmetlerin etkili şekilde görülmesine ve gelirin doğrulukla dağıtımına önem veren bir siyasa ve ekonomi görüşü. / **Sosyalizm;** insanların birlikte yaşayışlarında toplumsal adaletin sağlanması için gösterilen her türlü çaba. 2-(Kuramsal açıdan) Her insana, insana yaraşır bir yaşam sağlamak üzere, kişiler ve sınıflar karşısında topluma üstünlük tanıyan görüşler. Üretimi devletin düzenlemesini ve üretim araçlarının kamulaştırılmasını savunan öğretidir. / **Sosyalizm;** üretim araçlarını kamusal iyelik altında bulunduran, bu yolla ekonomik etkinliklerde kâr yerine insan gereksinmelerini en iyi şekilde karşılamayı hedeflediğini savunan toplum düzeni. 2. Böyle bir düzeni savunan toplumsal- siyasal öğreti.

Sosyoloji (toplum bilimi); toplumun oluşum, işleyiş ve gelişim kanunlarını inceleyen bilim dalıdır. **Sosyoloji** (Toplum Bilimi; İctimaiyyat): [Sociology // Soziologie; Sozialwissenschaft]: Sosyal hadiselerin-fenomenlerin veya sosyal organize olma ve sosyal değişimler bilimi. // Sosyal hayatımızda var olan sosyal gerçekleri (sosyal hadiseler ve olgular), insanların meydana getirdiği grupları, grupların davranışları ve sosyal kurumları olduğu gibi, inceleyen pozitif bir sosyal bilim dalıdır.

Sömürü (istismar): İnsan veya nesnelere menfaat sağlamak için adaletsiz kullanımıdır.

Söylenti ('buzz marketing'-ağızdan ağıza-dedikodu-fısıltı) Pazarlaması: Ürünleri deneyen gönüllü kişilerin tecrübelerini günlük hayatta karşılaştıkları kişilere herhangi bir zamanda aktarmasıdır.

Sözcük (kelime): Anlamı olan ses veya ses birliğidir. Belli bir gaye için bir birim olarak düşünülmesi uygun düşen bir damga dizgisi.

Sözcük-Kelime

Sözcük-kelime

Sözgelimi-Mesela

Sözgelimi-mesela

Sözlük-Lügat

Spekülasyon: Vurgunculuk, fırsatçılık.

Spontane-Kendiliğinden

Spontane-kendiliğinden

Standardizasyon: Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu'nun (ISO) tanımına göre; belirli bir faaliyetten ekonomik fayda sağlamak üzere, bütün ilgili tarafların katkı ve işbirliği ile belirli kurallar koyma ve kuralları uygulama işlemidir. **Dış Ticarete Standardizasyon:** İhracat ve İthalatta optimizasyonun sağlanabilmesi için tüm ilgili tarafların katkı ve işbirliği ile belirli teknik kurallar konulması, bu kuralların uygulanması ile uygunluk değerlendirmesi ve belgelendirme işlemleridir.

Standart: Genel olarak standart, standardizasyon çalışmaları sonucunda yetkili kurum ve/veya kuruluşlar tarafından hazırlanarak onaylanan, yerine getirilmesi gereken şartları kapsayarak, uygulanması genellikle tarafların isteğine bırakılan teknik özellik veya belgelerdir. Diğer bir ifade ile standart (birörneklik) kavramı; imalatta, anlayışta, ölçümde ve test işlemlerinde birlik ve beraberlik anlamına gelmektedir. Diğer bir tanıma göre ise standart, tanınmış bir kuruluş tarafından yaygın olarak ve tekrar kullanılmak üzere kabul edilen, ürün veya ilgili işlem ve üretim yöntemleri için kurallar, rehberler veya özellikler temin eden ve uyulması zorunlu olmayan belgedir. Söz konusu belge, bir ürüne, işlem veya üretim yöntemine uygulanan terminoloji, semboller, ambalajlama, işaretleme veya etiketleme gereklerini de içerebilir veya yalnızca bunlarla ilgili olabilir.

Start almak-Başlamak

Start almak-başlamak

STEM= “Bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik” eğitim modelinde; öğrenciler bir soruyu çözerken bu dört alana yönelik bilgi alacak. Öğrenciye basmakalıp ders notları yerine, hayatın içinde karşılaşılabilecekleri meselelerle başa çıkabilme yeteneği kazandırmayı hedeflemektedir. Öğretmen, öğrencinin merakını uyandıracak şekilde konuları derinleştirecek, soruyu öğretmen değil, öğrencinin soracağı bir eğitim sistemidir.

Stok, üretilen veya satın alınan ve kullanılmak için bekletilen malzemedir. Ekonomik değeri olan ve atıl kaynaklar olarak tanımlanan stoklar, birçok işletmede büyük yatırımları temsil ederler. Çoğu zaman stok ve envanter (döküm) kelimeleri birbirlerine yakın anlamda kullanılır ancak bu iki kavram özde farklılık taşır. Stok, somut olup, belli bir sınıra sahip, birikmiş bir düzey olurken **envanter ise,** bir birime sahip ölçülmüş stok büyüklüğüdür ve muhasebede genellikle dönem sonu yapılan fiziki sayım yolu ile stok tespiti anlamına gelir.

Stok: Bir üretim sisteminde üretilen mamule dolaysız veya dolaylı olarak katılan bütün fiziki varlıklar ve mamulün kendisi **stok** kavramını oluşturur.

Strateji; bir organizasyonun gayelerine ulaşmak için yaptığı geniş kapsamlı hareket planı olarak ifade edilir. **Strateji;** gayelerin gerçekleştirilmesinde bir araç olarak sürme, gönderme, götürme ve gütme anlamında; gayelere ulaşmak için eldeki kaynakları en iyi şekilde kullanarak uzun dönemli açık genel bir işletme planı yapmaktır.

Stratejik Lojistik: “İşletmeler arası ilişkileri lojistik tekniklerle düzenleyerek, rekabet avantajı elde etmek” olarak tanımlanmaktadır. Lojistik, iş yönetiminin bir parçasıdır ve sosyal sistemlerde tanımlama, açıklama ve tasarım süreçleriyle ilişki içerisindedir.

Stratejik Ortaklık (Strategic partnership-alliances): Tarafların her iki tarafın da kârlılığını artırmak gayesiyle anlamlı ve büyük yatırımlar yaptıkları uzun dönemli ilişki.

Stratejik Pazarlama (Strategic marketing): Belirli stratejileri kullanarak yürütülen pazarlama çabaları. Yani gelişen çevre şartlarına göre işletmenin pazarlama çabalarına, faaliyetlerine, yönetimin uyum sağlayacak pazarlama gayelerini gerçekleştirecek süreçler bütünüdür. Stratejik pazarlama süreci, birbiri ile bağlantılı, pazarlama durumunun analizi, pazarlama stratejilerinin düzenlenmesi, pazarlama programlarının gelişimi, bu stratejilerinin yürütülmesi ve yönetiminden ibarettir. Stratejik pazarlamada gaye, kuruluşların vizyonlarına ulaşmak için harekete geçmelerinin mümkün kılacak pazarlama stratejilerinin ortaya konmasıdır.

Stratejik Pazarlama Planlaması (Strategic marketing planning): 1- Pazarlama gayelerinin ve stratejilerinin geliştirilmesi. 2- Pazarlama kaynaklarını (fiziki, beşeri ve mali), belirli bir gelecek süreye dönük olarak, pazarlama gaye ve hedefleri doğrultusunda pazarlama fırsatlarına tahsisini öngören bilinçli ve organizasyonlu bir karar ve seçim sürecidir.

Stratejik Pazarlama Yönetimi: Kuruluşun gayelerine ulaşması için pazarlama faaliyetlerinin analizi, strateji tespiti, uygulama ve kontrolü ile ilgilidir.

Stratejik Planlama: Bir organizasyonun gayeleri ve kapasitesi ile değişen Pazar fırsatları arasında stratejik bir uyum sağlamak ve sürdürmek için girişilen yönetim sürecidir. Organizasyonunun tüm birimlerine yönelik, bütçenin hazırlanmasına yön veren, pazarlama, üretim, finansman gibi, temel yönetim işlevleri arasında denge kuran, performansı geliştirici yapısal değişiklikler içeren uzun dönemli planlama etkinliğidir. Gaye ve hedeflere ulaşabilmek gayesiyle gerekli olan strateji ve strateji politikalarının belirlenmesi sürecidir. Ne yapılacak, niçin yapılacak, nasıl yapılacak gibi, soruların cevabını arar. Organizasyonun, risk almasını ve girişimcilik yeteneklerini artırmasını da

sağlayan stratejik planlama, gerek planın oluşturulmasını, gerekse uygulanma ve yürütme esaslarının belirlenmesini kapsar. **Finansal Esaslı Planlama:** Finansal hedeflerin oluşturulduğu, gelir ve giderlerin mümkün olduğunca dikkatli bir şekilde belirlendiği, bütçe hazırlama ve denkleştirme çalışmaları. **Tahmin Esaslı Planlama:** Gelecek yıllara ait dış gelişmeler hesaba katılarak yapılan finansal kökenli planlamalardır. **Dış Gelişim Esaslı Planlama:** İşletme dış gelişmelere daha duyarlı davranarak, müşterilerin ihtiyaçları belirlenmeye ve bu belirlenmeler ışığında işletme kaynaklarının yeniden düzenlenmesinin yapıldığı planlamalardır.

Stratejik yönetim; bir organizasyonun gayelerine ulaşabilmesi için organizasyon içi ve organizasyon dışı şartları göz önüne alarak etkili stratejiler geliştirmesini, bunların planlanmasını, organize etme, uygulanmasını, koordinasyon ve kontrolünü ifade eder. Diğer bir ifade ile **stratejik yönetim;** yoğun bir rekabetle karşı karşıya bulunan kuruluşların rakipleri ile yarışabilmeleri için ne yapmaları, ne tür stratejiler izlemeleri gerektiğini inceleyen bir araştırma alanıdır.

Stres: Fiziki, psikolojik ve sosyal faktörlerin etkisi ile insanın ruh halinde meydana gelen sıkıntı hali ve bunun hastalık olarak bedene yansımalarıdır. **Stres:** Stres, kişiler üzerinde etki yapan ve onların davranışlarını, iş verimini, diğer insanlarla ilişkilerini etkileyen karmaşık ve dinamik bir kavram olarak görülür. Stres; günlük hayatta karşılaşılan olaylar sonucu hissedilen sıkıntı veya zorlanma durumunu yansıtır. Stres, kişinin içinde bulunduğu ortam iş ve çalışma şartlarının onu etkilemesi sonucunda vücudunda özel biyo-kimyasal salgıların oluşarak belirtilen şartlara uyum için fikri ve bedeni olarak harekete geçmesi durumu olarak ifade edilir. Stres başka bir ifade ile kişinin baş etme yeteneğini aşan veya zorlayan bir durum algılandığında ortaya çıkan bir tepki olarak tanımlanır. Stres, aşırı ve genelde istenmeyen uyarılara ve çevredeki tehdit edici olaylara karşı kişide gelişen fizyolojik ve psikolojik tepkileri ifade eder. Her insanın strese dayanma gücü farklı olmaktadır. Kişinin baş etme yetenekleri, stresli olayın üstesinden gelebilecek düzeyde olduğu sürece, kişi kendini aşırı gerilimden uzak tutabilir.

Strüktür: Yapı.

Strüktür-Yapı.

Subliminal: Zihin kontrolü tekniği, zihin operasyonu, beyin yıkama. Düşünce etkileme, zihinler arası savaşı, uzaktan zihin kontrol etme servisi, bilinçaltını dış etkilere karşı koruma. Ömer ÖZKAYA.

Sukuk, Arapça bir kelime, Türkçede "Finansal sertifika" anlamına gelmektedir. İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Kurumu (AAOIFI) **Sukuk**'u, "dayanak teşkil eden bir varlık sepetinde yer alan varlıklar üzerindeki ortak mülkiyeti temsil eden eşit değerdeki sertifikalar" olarak tanımlamıştır. Sukuk ihracının gayesi, toplanan fonlar ile sahip olunan paya göre yeni bir projeye başlamak, mevcut bir projeyi geliştirmek veya toplanan fonları ticari bir faaliyetin finansmanı için kullanmaktır. Sukuk sisteminde yatırımcının veya Sukuk sahibinin elde edeceği getiri; bir ticari faaliyetten, belirli bir varlığın mülkiyetinden veya bir iş ortaklığından elde edilecek gelir üzerindeki hak sahipliğinden kaynaklanmaktadır. Geleneksel bonolar ise ihraç edenin anapara ve faizi bono alıcısına ödemesini yükümlülük haline getiren borç senetleridir. Sukuk yatırımcılarına faiz ödemesi yapılmamakta; varlıkların paylaşılmasına veya kiralanmasına dayalı gerçek ekonomik işlemlerin getirisi dağıtılmaktadır.

Sulh-Barış

Sunu: Prezantasyon. / **Sunum (Presentation):** Satış mesajının müşteriye iletilmesidir. Müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesinden sonra satıcının müşteriye bilgilendirmek ve ikna etmek için sözel ve görsel olarak yaptığı iletişim çabasıdır.

Sunum-Arz

Sunum-arz

Sübvansiyon: Devletin, fiyat politikası sonucu olarak meydana gelen kamu kuruluş zararları karşılması, toplumsal fayda gözetilerek üretim veya hizmetin gelişimi için dolaylı, dolaysız ödeme yapmasıdır.

Sürdürülebilir Kalkınma: Gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanma potansiyeli tehlikeye düşürülmeden, bugün ki ihtiyaçların karşılanması anlamına gelmektedir. Bu tariften de anlaşılacağı gibi, sürdürülebilir kalkınmanın üç temeli vardır. Bunlardan birincisi sürdürülebilirlik, ikincisi nesiller arasılık ve üçüncüsü de küresel bir mesele olmasıdır.

Sürdürülebilir Pazarlama: Makro bakış açısıyla pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir kalkınma anlayışı kapsamında ele alınışını yansıtmaktadır.

Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük (sustainable competitive advantage): Bir perakendeci işletmenin rakiplerine kıyasla sahip olduğu ve oldukça uzun bir zaman süresince koruyabileceği belirgin yetkinlik.

Sürdürülebilirlik: Kavram 1980'lerin başında ortaya çıkmış ve Birleşmiş Milletlerin 1987 senesinde yayınladığı "Brundtland Raporu" ile yaygınlaşmıştır. Sürdürülebilir tüketim ve üretim yaklaşımı, gelecek nesillerin hayat standartlarından çalmadan, bugüne ait maddi hayat standartları içinde yaşamayı öngörmektedir. Doğal kaynakların, çevresel sistem veya insan faaliyetleri ile ikmal edilmesine (veya yenilenemeyen kaynaklar için, yenilenebilir alternatiflerin bunların yerine konmasına yetecek ölçüde) imkân verecek ölçüde kullanımını gerektirmektedir. Sürdürülebilirlik aynı zamanda çevresel sistemlerin, kendi yaşama kabiliyetlerine zarar vermeden absorbe edebileceği miktarda kirlenme veya atık üretimi anlamına gelmektedir.

Sürdürülebilirlik: 1992 senesinde Rio de Janeiro'da yapılan Dünya Çevre Zirvesi'nde siyasi bir ideal ve kalkınmada yeni bir boyut olarak benimsendi. Sistemin odak noktası; global eko-sistemlerin üzerindeki yükün nasıl kaldırılacağı idi. Çevre meselelerinin en büyük müsebbibi olan sanayileşmiş ülkelerin tabii hayat şartlarının korunmasında özel bir sorumluluk üstlenmeleri gerektiği kabul edilmiştir.

Süreç Danışmanlığı: İşletmeler gelişen dünya şartlarına ayak uydurabilmek ve küresel rekabet ortamı içerisinde başarılı olabilmek için kendilerini geliştirmek zorundadırlar. İşletmelerin bu değişimi gerçekleştirebilmeleri için ilk aşamada küresel bir vizyon oluşturmaları ve bu vizyonu çalışanları ile paylaşmaları gerekir, ikinci aşamada, işletmelerin kültürlerinde ortaya çıkan değişimler yani işletmelerin kültürleri, yapılacak yenilikleri ve atılımları destekleyici bir yapıya kavuşturulmalıdır. Değişim sürecinde son aşama ise, işletmelerin insan kaynakları yönetiminde gerçekleştirilebilecek değişimlerdir. Organizasyonu geliştirme, yenileme ve sürekli iyileştirme gibi, kendi süreçlerini anlama ve çevreye uyarlama ve ilişkileri geliştirme için organizeli danışmanlığın en gelişmiş olan süreç danışmanlığına ihtiyaç vardır. organizasyondaki süreç danışmanının işi, organizasyon üyelerinin, organizasyon süreci ve bu sürecin sonuçları ile bu süreci iyileştirme yollarının farkına varmalarını sağlayarak, organizasyonun gelişimine yardım etmektir.

Süreç yönetimi; bir işi; yapış şeklini, kullanılan araçları, işi bitirme süresini, kalitesini, kontrolünü, diğer işler arasındaki sırasını, diğer işler arasındaki önem ve değerini, standardize edebilme ve performansını ölçebilme çalışmasıdır.

Süreç: Vetire. **Süreç-Proses,** bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyerek gelişmesi ve başka bir olaya dönüşmesidir. **Süreç;** birbirine bağlı ilişkili faaliyetler dizisinde yer alan işler olarak ifade edilir.

Süreç-Vetire

Sürekli-Devamlı-Her daim

Sürüm-Emisyon

SWOT Analizi (SWOT Analysis): Bir organizasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin ve karşılaştığı fırsatların ve tehlikelerin sistematik değerlendirilmesi SWOT analizi ile yapılabilir. **SWOT analizi,** organizasyonun faaliyette bulunduğu çevreyi anlamak ve yönetmek üzere topladığı bilgileri kullanarak sistematik olarak kendisini değerlendirmesi olarak tanımlanabilir. / SWOT analizi ve açılımı genel olarak; bir işletmenin Strengths (üstünlükler), Weaknesses (zayıflıklar), Opportunities (fırsatlar), Threats (tehditler) olarak belirleyerek stratejik konumunun değerlendirilmesine yardım eden yapısal bir yaklaşım tekniği olarak Türkçe FÜTZ şeklinde kısaltılmaktadır. SWOT analizi ile organizasyon iç çevresinde sahip olduğu üstün ve zayıf noktaları ve dış çevresinden kendisine yönelen fırsat ve tehditleri değerlendirebilir. Bu sayede organizasyon çevresinde yer alan faktörlerin en önemlilerini belirleyebilir.

SWOT analizi; organizasyonun faaliyette bulunduğu çevreyi anlamak ve yönetmek üzere topladığı bilgileri kullanarak sistematik olarak kendisini değerlendirmesi olarak tanımlanabilir.

Ş

Şebeke (Ağ) Organizasyonlar: Bir mal veya hizmeti üretmek için iki veya daha fazla kuruluşun aralarında işbölümüne giderek uzun süreli işbirliğine yönelmelerinden ortaya çıkan bir modeldir. Şebeke organizasyonlar, ülkelerin ekonomik ve politik eğilimleri ile ekonomik sınırların ortadan kalkmasının bir sonucudur. Bu organizasyonun temel özelliği bir mal veya hizmeti üretebilmek için yapılması gereken iş ve faaliyetlerin ve bunun için gerekli olan kaynakların tek bir işletmenin bünyesinde toplanması yerine farklı işletmelere dağıtılmış olmasıdır. Günümüz rekabet şartlarında işletme faaliyetlerinin etkin ve verimli olması bir zorunluluk haline gelmiştir. Maliyetleri kaliteden taviz vermeden düşürme ve kaliteyi sürekli iyileştirme, ürün geliştirme, dağıtım ve teslimat ve satış sonrası hizmetler gibi, faaliyetler çok önemli hale gelmiştir. Bu durum organizasyonların her alanda uzmanlaşmasını gerektirmektedir. Giderek büyüyen organizasyonlar tüm faaliyetlerini tam bir etkinlikte yerine getirememekte ve küçük işletmeler karşısında dezavantajlı duruma düşmektedir. Bu sayılan sebeplerden dolayı belirli faaliyetleri ve özellikle destek fonksiyonlarını organizasyon dışı kuruluşlara yaptırma eğilimi şebeke (ağ) organizasyonların kurulması gündeme gelmiştir.

Şehremini: Osmanlı Devletinde İstanbul'daki saray ve devlete ait binaların bakımı ve tamiriyle uğraşan ve saraylara gerekli olan şeyleri satın alan kimse. Eskiden belediye başkanı.

Şerefiye: Kamu hizmetleri dolayısıyla gayrimenkullerdeki değer artışı sebebiyle mal sahiplerinin yapılan hizmete katkı payıdır.

Şiddet-baskı-saldırganlık: Şiddet, aşırı duygu durumunu, bir olgunun yoğunluğunu, sertliğini, kaba ve sert davranışı ifade eder. Yöneticinin şiddet içeren eylemleri kendini engellediği düşünülen nesne veya kişinin kendisine doğrudan yaptığı gibi, hiç ilgisi olmayan nesne veya kişilere yönelttiği görülebilir.

T

Tabii-Doğal

Tabir- İfade, Tanımlama.

Tabir: İfade, tanımlama.

Tabir-Deyim

Tacir: Ticaret yapan, alım-satım işleriyle uğraşan, bir ticari işletmeyi kısmen de olsa kendi ismine işleten kişidir.

Tağşiş: Bir ürünün doğallığını, içine başka bir şey karıştırarak bozmak

Tahkim: Yabancı sermaye yatırımlarından doğan hukuksal uyuşmazlıkların, ülke yargı organlarında değil, iki tarafça belirlenen bir hakem kurulunda çözümlenmesi anlamındadır.

Tahlil-Analiz

Tahlili: Analitik

Tahlili-Analitik

TAHRİR: Osmanlılar, yeni zapt ettikleri ülkelerin arazisini tescil ve toprağın mülkiyeti ile kullanım şeklini ve vergi oranlarını belirlemek ve tesbit etmek gayesiyle düzenli olarak yazıp, kaydını tutarlardı. Buna tahrir denirdi. Tahrir otuz yılda bir yeniden yazılırdı.

Tahsil: (a.i. husûl'den.) 1-Hâsıl etme, ele geçirme, elde etme, kazanma. 2-Alma, toplama. 3-Gelir toplama, alacak alma, vergi toplama. 4-İlim öğrenme, bilgi edinme, öğrenim.

Tahsîl: (a.i. husûl'den.) 1-Hâsıl etme, ele geçirme, elde etme, kazanma. 2-Alma, toplama. 3-Gelir toplama, alacak alma, vergi toplama. 4-İlim öğrenme, bilgi edinme, öğrenim.

Tahsil: Ders alma, öğrenme / **Tedris:** Ders verme, öğretme

Tahvil: Anonim şirketlerin kaynak bulmak gayesiyle Ticaret veya Sermaye Piyasası kanunlarına göre, itibari kıymetleri eşit ve ibareleri aynı olmak üzere çıkardıkları borç senedir.

Takasbank: Borsada kote (olan senetlerin işlemlerin düzgün olarak işlenmesi ve düzenli olarak tutulması gayesiyle borsada saklanmasıdır. İMKB'de işlem gören senetlerin muhafazası ile görevli olan İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş., kote olan senetlerin büyük bir kısmını muhafaza ettiği için ayrıca fiziki bir dolaşıma engel olmakta ve şirketleri senet basma külfetinden kurtarmaktadır.

Takdim-Önsöz

Taktik; işletmenin kaynaklarını etkili bir şekilde kullanabilmek için, değişen duruma uygun olarak alınan kısa dönemli kararlardır.

Talep Kanunu: Fiyatlar yükselirse, talep düşer, fiyatlar düşerse talep artar şeklindeki ilgidir.

Talep Tahmini: Kurulması düşünülen işletmenin üreteceği mal ve hizmetlere ne kadar talep olacağı, belirli bir sürede, ne kadar satılabileceği belirlemek için tahmin yapmaktır. Talep tahmini; piyasadaki arz ve talebin gelişme eğilimleri (trendleri) üzerinde durularak, kurulacak işletmenin üreteceği mal ve hizmete, belirli bir fiyattan ne kadar miktar satın alma isteği olacağı ortaya konulmaya çalışılır.

Talep; piyasada belirli bir mal ve hizmete yönelen, belirli bir satın alma gücüyle desteklenmiş, satın alma isteği olarak ifade edilir. Diğer bir tanım ile **talep;** bir ekonomide belirli bir zaman diliminde nihai mal ve hizmetlere yönelik ferdi taleplerin toplamıdır.

Talim: Öğretme, yetiştirme, bir işi öğrenmek veya alıştırmak için yapılan çalışma, alıştırma, idman okutma, ders verme, verilme.

Tam İstihdam: Bir ekonominin ulaşabileceği pratik istihdam sınırıdır.

Tam Zamanında / Kanban Sistemi -Kanban System-: Üretim ortamında malzeme hareketlerinin kontrolü aracılığıyla kullanılan bir çizelgeleme yaklaşımıdır. Kanban sisteminin en belirgin özelliği ise, alışılmış itme sistemleri'nin yerine tam karşısı olan çekme sistemi ilkelerini içermesidir. Hangi mamulden ne zaman ve ne miktarda üretim yapılacağını sadece son aşamanın bilmesi, bu aşamanın önceki aşamalardan sadece kendine gereken parçaları çekmesini ve bu sürecin üretim hattı boyunca geriye doğru devam etmesini sağlayacaktır. Bu sistemde, hangi parçadan ne miktarda üretileceği "kanban" ismi verilen kartlar üzerinde belirtilmiştir. Kanbanlar daima üretim akışına ters yönde, ancak fiziki birimlerle birlikte, sondan başa doğru hareket ederek üretim aşamalarını birbirine bağlar.

Tanım: Bir kavramın veya bir nesnenin sınırlanması, belirlenmesi; kavramın içeriğini kuran belirtilerin gösterilmesi; bir kavramın veya bir sözcüğün anlamının belirtilmesidir.

Tanıtım; bir organizasyonun ürettiği mal veya hizmetlerin, niteliğini, teknolojisini kurum kimliğini, üretim şeklini ve ürüne yüklediği diğer unsurları geniş halk tabakalarına bunları benimseme ve satın almayı istemelerini sağlayacak şekilde basılı ve elektronik medyada yer alacak şekilde haber yapmasıdır.

Tapınak şövalyeleri: Süleyman Tapınağı ve İsa'nın Fakir Askerleri, tanınmış Hıristiyan askerî tarikatlarından biridir. Resmî olarak iki yüzyıl boyunca faaliyette bulunmuşlardır.

Taraf-Yön-Cihet

Tarım-Ziraat

Tasarım: Az veya çok sayıdaki parçaların bir gayeye yönelik olarak düzenli bir şekilde bir araya getirilmesi demektir. Tasarım, bir ürünün tamamının veya bir parçasının çizgi, şekil, renk, şekil, doku, malzemenin esnekliği veya süslemesi gibi, insan duyuvarı ile algılanabilen çeşitli unsur ve özelliklerin oluşturduğu görünümdür. Diğer bir ifade ile tasarım, bir ürün veya ürün parçasının görünümüdür. Otomobil tasarımı gibi,

Tasarruf (Saving): Bireylerin, gelirlerinden, tüketim malları satın almak için harcadıkları miktar çıktıktan sonra, geriye kalan kısım, gelirin tüketime harcanmayan kısmı.

Tasarruf; insan hayatının devamı için insan ve diğer canlıların kullandığı, hayatın vazgeçilmesi olan maddelerin kullanım ve tüketiminde dikkatli davranma ve yeteri kadar kullanmaya denir.

Taslit-Musallat

TAVAIÛ-İ MÛLUK: Abbasi Devleti'nin son zamanlarında ortaya çıkan devletçikler.

Tavır: Tutum

Tavır-TutumTecdit-Tazeleme-Yenilenme-İnevasyon

Tazmin Hakkı: Tüketicinin, satın aldığı tüketim malından dolayı uğradığı zararın kendisine ödenmesi gereğidir

Tecdit-Tazeleme-Yenilenme-İnevasyon

Tedarik: İşletmeler mal ve hizmet üretebilmek için gerekli olan her türlü üretim faktörünü elde etmesine **tedarik;** bu faktör unsurları içinden yalnızca hammadde, yardımcı madde, işletme malzemesi ve parçaların tedarikine de **satın alma** denir.

Tedris: Ders verme, öğretme

TEFE: Toptan Eşya Fiyat Endeksidir. Enflasyon rakamı olarak alınır.

Tefriki kuvva: Kuvvetler ayrılığı

Teknokrot: Teknokrasi içerisinde yer alan, yönetici konumundaki mühendis, mimar, teknisyen, iktisatçı vb. elemanların ortak adı.

Teknoloji suçu: Kişilere veya gruplara yönelik, mağdurun onurunu zedelemeye veya mağdura fiziki veya zihni olarak doğrudan veya dolaylı olarak zarar verme suçu kastı ile İnternet (görüşme odaları, epostalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi modern iletişim araçları kullanarak zarar verme hedefli saldırıları ifade eder. Siber suç kavramı, bir bilgisayar ve bilgisayar ağı kullanılarak işlenen herhangi bir suçu ifade etmek için kullanılmaktadır. Global ölçekte, devlet ve uluslar arası kuruluşlar, istihbarat, mali hırsızlık gibi konularda siber suçlarla ve diğer sınır ötesi suçlarla meşgul olur. Uluslararası hukuk düzeni siber suçları ve bunu işleyenleri uluslararası suç mahkemesinde hesap verebilir kılmaya çalışır. Siber fiillerin siber sistemlere ve bunların kullanıcılarına zarar verebilir hale gelmesiyle kanunlarda da düzenlemeye gidilmiştir. Türkiye’de Türk Ceza Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlemeler yapılmış, siber suçun ne olduğu ve hangi fiillerin cezalandırılacağı belirlenmiştir. **Dünyada siber suçu belirten diğer ifadeler ise:** Bilişim Suçu, Elektronik Suç, Dijital Suç, Bilgisayar Suçları ve Teknoloji Suçu isimleriyle ifade edilmektedir. **Siber güç:** Bir ülkenin bütün siber alt yapı tesisleri ile ayakta durmasını sağlayan bir unsurdur. Bilişim sektöründe; siber güvenlik ve bilişim dilini siyasetçilere tercüme edebilecek ana ve ara internet teknolojisi uzmanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Teknoloji: Techne=araç/eşya.

Teknoloji: Techne=araç/eşya. Lojik: Araç/eşyanın akıl ile kavranması. **Teknoloji:** Temelde insanın kendi gücüyle yapamadığını, aklını kullanarak bulduğu metot ve araçlarla yapabilmesini ifade eder. Faktör şartlarının değiştiği, talep yapısının değiştiği, karşılıklı bağımlılık yapısının yeniden oluştuğu günümüzde teknolojik imkânların sağladığı görme genişliği ve derinliğinin getirdiği algılama ile yöneticiler ve girişimciler başarıya ulaşabilir.

Teknoloji: Temelde insanın kendi gücüyle yapamadığını, aklını kullanarak bulduğu metot ve araçlarla yapabilmesini ifade eder. Faktör şartlarının değiştiği, talep yapısının değiştiği, karşılıklı bağımlılık yapısının yeniden oluştuğu günümüzde teknolojik imkânların sağladığı görme genişliği ve derinliğinin getirdiği algılama ile yöneticiler ve girişimciler başarıya ulaşabilir.

Teknoloji-Techne -Araç-Eşya

Telepati, zihin okuma, zihinden geçen şeyleri anlama olayı telkin içerisinde mütalaa edilebilir.

Telif Hakkı (Copyright): Edebi, müzikal, bilimsel veya herhangi bir sanat eserinin kendisini ve şeklini üretmek, reproduksiyonunu yapmak, basmak, yayınlamak ve satmak üzere verilen özel haktır.

Telkin, fikir aşılama, zihinde yer ettirme, öğüt verme, kulağa koyma anlamındadır. **Telkin,** düşüncüyü yoğunlaştırıp belli bir noktada odaklaştırmadır. **Telkin:** Bir kimse üzerinde söz, düşünce davranışlarla bir tür etki ile bir fikrin zihne yerleştirilmesi fiilidir. **Telkin,** fikir aşılama, zihinde yer ettirme, öğüt verme, kulağa koyma anlamındadır. **Telkin,** düşüncüyü yoğunlaştırıp belli bir noktada odaklaştırmadır. **Telepati,** zihin okuma, zihinden geçen şeyleri anlama olayı telkin içerisinde mütalaa edilebilir.

Temel Ürün: Asıl ihtiyacı gidermeyle yeterli olan ve henüz çekicilik özellikleri ilave edilmemiş üründür.

Temsili Paralar: Kıymetli madenler karşılığında basılan ve tekrar o madene çevrilebilen ve günümüzde kullanılan paralara temsili para denilir. İşin başında yüzde yüz altına çevrilebilir özelliğe sahip olan temsili paralar, zamanla yerinin kâğıt paraya bırakmıştır.

Tenvim-Hipnoz-Aldatma-Subliminal-Teshir

Tenvim-hipnoz-aldatma-subliminal-teshir

Teorik Kapasite: Bir işletmenin sahip olduğu, insan, makine veya teçhizatın, hiçbir bekleme, gecikme, arıza, aksama veya duraklama olmadan belirli bir sürede ulaşabileceği en yüksek üretim miktarını ifade eder. Planlanan, kuramsal ve maksimum kapasite olarak da ifade edilen teorik kapasite, bir makinenin, bir personelin veya bütünüyle bir işletmenin belirli bir sürede gerçekleştirebildiği en yüksek üretim gücüdür. Böyle bir çalışma ortamında, herhangi bir bekleme, duraklama, herhangi bir aksama ve gecikme olmadan teorik kapasite, işletme imkânlarının % 100 performansla kullanılabilirdiği takdirde gerçekleşir. Mesela, seferberlik, afet ve kıtlık gibi, bölgeye münhasır ve genel durumlarda, gerekli ihtiyacın karşılanması için her türlü üretim imkânları harekete geçirilir ve ne kadar çalışmak mümkünse o kadar çalışılarak, gerçekleştirilen üretim, topluma sunulur.

Terakkî: (a.i. raky'den ç. terakkiyât.) 1-Yukarı kalkma, yükselme. 2-Artma. 3-İlerleme, gelişme. 4-İlim, sanat ve teknik gibi alanlarda ilerleme, daha yüksek bir seviyeye gelme.

Terakki-İlerleme

Terbiye: İyi ahlâk, nezaket, görgü, yetiştirme, kabiliyetlerini geliştirme, bilgi, saygı ve edep öğrenme, öğretme, pedagoji, insan düşüncesinin tavır, tutum, davranış ve duygularının düzenlenmesi,

Terbiye: İyi ahlâk, nezaket, görgü, yetiştirme, kabiliyetlerini geliştirme, bilgi, saygı ve edep öğrenme, öğretme, pedagoji, insan düşüncesinin tavır, tutum, davranış ve duygularının düzenlenmesi,

Tescilli-Registered ®: Gerekli resmi incelemelerin sonunda hak kazanılan, ‘tescil edilmiştir (registered)’ manasında kullanılan bir ® işareti olarak temel işlevi tescil edilmiştir korkusu ve güveni vermektir.

Teşkilat: Belirli bir gayeye yönelik, birbiriyle bağlantılı faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için kişilerin önceden belirlenmiş davranış kalıpları, görevler ve sorumluluklar çerçevesinde bir araya gelmesiyle oluşan, tamamlayıcı ve süreklilik gösteren toplumsal yapılandırma.

Tezgâh Üstü Piyasa (Over The Counter-OTC): Değerli evrakların ticaretinin yapıldığı standardize edilmemiş piyasalardır.

Thomas Robert Malthus: (d. 13 Şubat 1766 - ö. 23 Aralık 1834) İngiliz nüfusbilimci ve ekonomi politik teorisyeni. Karamsar kuramlarıyla ünlenen Malthus, her ne kadar daha çok "Thomas Malthus" olarak anılsa da kendisi "Robert Malthus" olarak tanınmayı daha çok tercih etmiştir. / Malthus Yanılıyor mu? Mehmet ŞEHİRİYAR/ XIX. yüzyılın başlarına doğru, artan dünya nüfusu karşısında gıda maddelerinin insan ihtiyaçlarını uzun süre ve yeterli derecede karşılamayacağı endişesine kapılan T. R. Malthus ve D. Ricardo gibi düşünür ve iktisatçılarla karşılaşırız. Kötümser iktisatçılar akımını temsil eden Malthus, "nüfusun geometrik bir dizi, üretimin ise aritmetik bir dizi ile artacağı"nı ısrarla belirterek gelecekte bütün insanlığın açlıktan öleceğini ileri sürmektedir. Bir iki asırdan beri ekonomi-kitaplarında karamsar bir düşüncenin mahsulü olarak zihinleri bulandıran bu teori, artık bugün geçerliliğini çoktan kaybetmiştir. Malthus gibi düşünenler, gıda maddelerinin gelecekteki artış seyrini iyi hesap edemedikleri gibi, Yaratıcı'nın mahlûkatına gösterdiği sonsuz merhametini ve ihtimamını kısa ve dar akıllarına sığdıramamışlardır. XIX. yüzyılın başlarından bu yana, hızla artan dünya nüfusuyla doğru orantılı olarak toplam ihtiyaç artmıştır. Bunun yanında, her insanın ihtiyaç listesindeki tüketim maddeleri türü de önemli bir gelişme göstererek, yeni ihtiyaç maddeleri bu listelere dâhil edilmiş olmasına rağmen, gıda maddelerinin nüfus artışından daha hızlı arttığını görürüz.

Thomas Robert Malthus: (d. 13 Şubat 1766 - ö. 23 Aralık 1834) İngiliz nüfusbilimci ve ekonomi politik teorisyeni. **Malthus:** Kapitalizmin dayanağı sayılan Klasik Okul'un temsilcilerindedir. Yoksulluğun sebebinin, nüfusun geometrik, gıdaların aritmetik artmasına bağladı. Devletin nüfus artışını engellemesini ve yoksullara yardım etmemesini savundu. Karamsar kuramlarıyla ünlenen Malthus, her ne kadar daha çok "Thomas Malthus" olarak anılsa da kendisi "Robert Malthus" olarak tanınmayı daha çok tercih etmiştir. / Malthus Yanılıyor mu? Mehmet ŞEHİRİYAR/ XIX. yüzyılın başlarına doğru, artan dünya nüfusu karşısında gıda maddelerinin insan ihtiyaçlarını uzun süre ve yeterli derecede karşılamayacağı endişesine kapılan T. R. Malthus ve D. Ricardo gibi düşünür ve iktisatçılarla karşılaşırız. Kötümser iktisatçılar akımını temsil eden Malthus, "nüfusun geometrik bir dizi, üretimin ise aritmetik bir dizi ile artacağı"nı ısrarla belirterek gelecekte bütün insanlığın açlıktan öleceğini ileri sürmektedir. Bir iki asırdan beri ekonomi-kitaplarında karamsar bir düşüncenin mahsulü olarak zihinleri bulandıran bu teori, artık bugün geçerliliğini çoktan kaybetmiştir. Malthus gibi düşünürler, gıda maddelerinin gelecekteki artış seyrini iyi hesap edemedikleri gibi, Yaratıcı'nın mahlûkatına gösterdiği sonsuz merhametini ve ihtimamını kısa ve dar akıllarına sığdıramamışlardır. XIX. yüzyılın başlarından bu yana, hızla artan dünya nüfusuyla doğru orantılı olarak toplam ihtiyaç artmıştır. Bunun yanında, her insanın ihtiyaç listesindeki tüketim maddeleri türü de önemli bir gelişme göstererek, yeni ihtiyaç maddeleri bu listelere dâhil edilmiş olmasına rağmen, gıda maddelerinin nüfus artışından daha hızlı arttığını görürüz.

TIMAR DİRLİK: senelik vergi gelirleri 3.000-20.000 Akçe arasında olan dirliklerdir. Tımar dirlikler asker (cebüllü-cebelle) besleme şartıyla verildiyse; sipahi gelirin ilk 3.000 Akçesini kendine ayırır, gelirin geri kalan her 3.000 Akçesi için de tam donanımlı bir atlı asker beslerdi. Tımarlar verildiği görevlilere göre üçe ayrılır; 1. Eşkinici Tımarı, savaşlarda yararlılık gösteren askerlere verilir, 2. Mustahfaz Tımarı, Müderrislere ve din adamlarına verilir, 3. Hademe (hizmet) Tımarı, Sultana doğrudan hizmet eden çoğunluğu saraylı olan görevlilere verilir.

Ticaret, üretilen mal ve hizmetlerin belirli bir ücret karşılığında nihai kullanıcılara ulaştırılmasını sağlayan alım-satım faaliyetlerinin tümüdür.

Ticaret: Kazanç elde etmek gayesiyle yürütülen ürünlerin alım ve satım faaliyetleridir. Üretilen ürünlerin elde tutulmayıp piyasaya sunularak alım ve satıma konu olması için ticarileştirilmesi gerekir. **Ticarileştirme ise** ürünün ticarete konu olacak şekilde değerinin serbestçe belirlenmesi ve fırsat eşitliğinin oluşturulmasıdır.

Ticarette Teknik Engeller Anlaşması (Agreement on Technical Barriers to Trade): "Dünya Ticaret Organizasyonu (WTO) Kuruluş Anlaşması" ve eki anlaşmalar Türkiye tarafından 1995'te onaylanarak yürürlüğe kondu. Anlaşmaya göre; taraf devletler aynı zamanda, bu paket içinde yer alan "Ticarette Teknik Engeller Anlaşması (Agreement on Technical Barriers to Trade -TBT)"na da taraf oldular. Anlaşmaya göre; "Üye ülkeler, uluslararası ticarete gereksiz engel oluşturmayacak şekilde teknik düzenlemeler yapacaklar. Düzenlemeler ancak ulusal güvenlik gerekleri, aldattıcı uygulamaların önlenmesi, insan sağlığı ve güvenliğinin, hayvan veya bitki hayat veya sağlığının veya çevrenin korunması gibi, kanuni sebeplerle hazırlanacak ve uygulanacaktır."

Ticaret-Tecim- İng. : commerce, trade, trading: Kazanç elde etmek gayesiyle yürütülen mal ve hizmetlerin alım ve satım faaliyetlerine **ticaret** denilmektedir. / **Ticaret:** İşlenmemiş, işlenmiş, yapılmamış, taşınır, durağan mal ve hizmet alım ve satımı. Bireylerin, toplumsal kümelerin veya toplumların kâr elde etme gayesiyle giriştikleri her türlü mal ve hizmet değişimi. Kira ve kiralama, çeşitli olaylarda gerçekleşen kırıma ve dökülmenin onarımına, uğraşı edinilmek şartıyla seyretme, eğlence yerleri açarak çalıştırma ve benzeri kazanç sağlayacak işlerle uğraşma. Ticaret sektörü olarak ekonomik faaliyet kolları sınıflandırılmasında ana sektörler içinde yer almaktadır.

Ticarileştirme: Alım satımı henüz olmayan bir ürünün alım-satıma konu olacak şekilde değerinin serbestçe belirlenmesi ve fırsat eşitliğinin oluşturulmasıdır.

TİKA: Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı

Tipoloji: Sınıflandırma

Tipoloji-Sınıflandırma

Tiran: Eski Yunan da siyasal gücü tek başına elinde tutan kimse. Siyasal erki zorla ele geçiren ve onu kötüye kullanan kimse.

Tolerans: Hoşgörü, müsamaha, tahammül, tesamuh, katlanma, görmezden gelme veya göz yumma, başkalarını fiil ve kanaatlerinde serbest bırakma, kendi görüşümüze ve çoğunluğun görüş şekline aykırı düşen görüşlere sabırla katlanma demektir. İzin verme, aldırmama, iyi karşılama manasına da gelir.

Toplam Kalite Kontrolü: Kalite isteklerini sağlamak için kullanılan uygulama teknikleri ve faaliyetlerinin geniş katılımlı kalite yönetimi uygulamasıyla aynı zamanda yönetimde bir anlayış değişikliği getirerek işletmelerde kalite güvence sistemlerinin kurulmasını sağlamıştır.

Toplam kalite yönetimi; müşterinin mevcut ve gelecekteki beklentilerinin tam ve ekonomik olarak ve zamanında karşılanması için çalışanların katılımı ile tüm faaliyetlerin sürekli geliştirilmesini ve iyileştirilmesini öngören bir yönetim yaklaşımıdır. Diğer bir tarifile **toplam kalite yönetimi;** bir kuruluş içinde kaliteyi odak alan kuruluşun bütün üyelerinin, katılımına dayanan, müşteri memnuniyeti yoluyla, uzun vadeli başarıyı hedefleyen ve kuruluşun bütün üyelerine ve topluma fayda sağlayan yönetim yaklaşımıdır.

Toplantı Yönetimi: Yeni bir yönetim tekniği olarak, belirli bir yer ve zamanda insanların bir araya gelerek fikir alışverişinde buldukları, kararlar aldıkları bir faaliyetin planlanması, organize edilmesi, koordinasyon ve kontrolünün sağlanmasıdır.

Toplu Hak Uyuşmazlığı: Uygulanmakta olan toplu iş sözleşmesinin yorumundan doğan meselelerin uyuşmazlığa sebep olmasıdır. Sendikaların yetkili organları, "Uyuşmazlık Tutanağı" tutarak işveren yetkilileriyle "uyuşmazlık toplantıları" düzenler. Sendika, uyuşmazlığın çözümlenememesi durumunda iş mahkemesine başvurma hakkını kullanır. Bu sürecin nasıl olacağı toplu iş sözleşmesinde ve yasalarda açık olarak belirtilmiştir.

Toplu İş Sözleşmesi: Toplu iş sözleşmesi, işçi sendikası ile işveren veya işveren organizasyonu arasında sürdürülen görüşmeler sonucu belirli bir dönem geçerli olan belgedir.

Toplumculuk: Ana üretim maddelerinin elde edilmesi, dağıtımı ve kullanılmasında ortaklaşa mülk iyeliğini ya da devletçiliği öngören; kooperatifçiliğe, toplumsal hizmetlerin etkili şekilde görülmesine ve gelirin doğrulukla dağıtımına önem veren bir siyasa ve ekonomi görüşü. **Sosyalizm:** Toplumculuk: Toplumsal refahı devlet inisiyatifinin getireceğini savunan, işçilerin yönetime katılmalarına ağırlık veren, hür teşebbüsü devletin ve sendikaların baskısı altında tutmaya çalışan, telkin ve propagandalarını eğitim, tarım ve vergi reformları üzerinde yoğunlaştıran siyasi öğreti, sosyalistlik, sosyalizm, **erkincilik** karşıtı. / **Sosyalizm;** insanların birlikte yaşayışlarında toplumsal adaletin sağlanması için gösterilen her türlü çaba. 2-(Kuramsal açıdan) Her insana, insana yaraşır bir yaşam sağlamak üzere, kişiler ve sınıflar karşısında topluma üstünlük tanıyan görüşler. Üretimi devletin düzenlemesini ve üretim araçlarının kamulaştırılmasını savunan öğretiler. / **Sosyalizm;** üretim araçlarını kamusal iyelik altında bulduran, bu yolla ekonomik etkinliklerde kâr yerine insan gereksinmelerini en iyi şekilde karşılamayı hedeflediğini savunan toplum düzeni. 2. Böyle bir düzeni savunan toplumsal- siyasal öğreti.

Toplumsal Sınıflar: Toplumda başkaları tarafından görüldüğü gibi, eşit toplumsal duruma sahip olan insanlar kümesi.

Toplumsal yozlaşma; toplum içerisinde değer karmaşası oluşması ve zamanla faydacılığın her şeyin önüne geçmesi ve ahlâki kuralların uygulanmasını etkilemesine denir. Toplumsal yozlaşma sonucu değerlerin farklılaşması ile kişiler arasında ve toplum içerisinde çatışmalar ortaya çıkar. Bu durumda; toplumun önemli bir bölümünün gevşemesi, tembelliğe sürüklenmesi, yüksek moral, motivasyon ve millî heyecanını yitirmesi neticesinde, ciddi sosyal meselelere çözüm bulma konusunda toplumca şaşkınlık ve çaresizlik içinde bulunma hali olan **sosyal atalet** maruz kalır.

Toplumsal yozlaşma; toplum içerisinde değer karmaşası oluşması ve zamanla faydacılığın her şeyin önüne geçmesi ve ahlâki kuralların uygulanmasını etkilemesine denir. Toplumsal yozlaşma sonucu değerlerin farklılaşması ile çatışmalar ortaya çıkar.

Toptan Fiyat: Toptan işlem gören malların alış ve satış fiyatlarıdır.

Toptancı (Wholesaler): Ürünlerin büyük miktarlarda satın alınmasını, depolanmasını ve fiziki anlamda taşınmasını gerçekleştiren ve daha küçük miktarlarda perakendeciler veya endüstriyel kullanıcılara yeniden satan bir ticaret kuruluşudur.

Totoliter: Demokratik hakların ve hürriyetlerin tümüyle baskı altında tutulduğu, siyasi gücün bir elde toplandığı, teröre, baskıya ve zulme dayalı (devlet yönetimi).

Trans Atlantik Anlaşması: USA-UE (TTIP) Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'na (TTIP) Avrupa Birliği (AB) ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Haziran 2013 tarihinde yeni bir serbest ticaret ve yatırım anlaşmasının müzakerelerine başladı. Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTYO) ismi verilen bu girişim, iki ekonomi arasında gümrük vergilerinin sıfırlanmasını ve gümrük dışı engellerin (farklı standartlar ve sertifikasyon düzenlemeleri, gümrüklerdeki bürokrasi vs) azaltılmasını hedefliyor. Gerçekleşmesi halinde, TTYO Türk firmaları için asimetrik bir rekabet doğuruyor: AB ile olan Gümrük Birliği (GB) gereğince Türkiye, TTYO düzenlemelerini uygulamak ve ABD'li üreticilere pazarını açmak durumunda kalırken, ABD pazarında AB ülkelerinin yaşayacağı serbest rekabet imkânlarından faydalanamıyor. Rekabeti engelleyici bu asimetriyi düzeltmek için Türk tarafı, AB'nin son senelerde imzaladığı diğer serbest ticaret anlaşmalarını (STA) takiben yaptığı gibi, ABD nezdinde de bir STA girişiminde bulundu. Gerçekten de AB'nin imzaladığı STA'lar, Türkiye'nin bu ülkelerle takiben yaptığı müzakerelerde pazarlık gücünü azaltmaktadır. Serbest rekabet, müteakabiliyet ve ulusal hükümlerlik ilkeleri gereği

Türkiye'nin TTYO'ya eşit ortak olarak dâhil olması en arzu edilir seçenektir. Fakat kısa dönemde bunun gerçekleşmemesi ve Türkiye-ABD arasında STA müzakerelerinin başlamaması durumunda, asimetrik rekabet altında da olsa GB içinde kalmanın maliyeti, GB'den çıkmanın maliyetinden daha düşük olabilir. Bu maliyetler, ticaret ve üretim verilerine dayalı bilimsel çalışmalarla tahmin edilebilir.

Trend-Eğilim

Trend-eğilim

Tröstler: Tröstlerin kurulma hedefi kartellerde olduğu gibi, belirli bir ürünün pazarına hâkim olmak ve daha fazla kâr elde etmek için pazarı kontrolleri altına alabilen ve etkileyebilen dev ekonomik birleşmelerdir. Kartellerin tersine tröstlerde, işletmeler birleşme sonucu hukuki ve ekonomik bağımsızlıklarını kaybederler ve ayrıca farklı üretim dalı ve faaliyet alanlarında da kurulabilirler. İşletmeler daha çok kâr garantisini gördüklerinde dikey, yatay veya çapraz olarak tek bir yönetim altında birleşmek suretiyle ekonomik ve kanuni bağımsızlıklarını kaybederler. Bu tür birleşmelerin bulunduğu pazarda arz daralması oluştuğunda veya başka işletmelerin pazara giriş engeli oluştuğunda kanunlarla engellenirler.

TS EN ISO 14001:2005 Çevre Yönetim Sistemi: Bir işletmenin çevreye dair zorunluluklarını yerine getirmesi için yaptığı faaliyetlerin planlanması, uygulanması ve gözden geçirilmesini ifade eder. Bu sistem çevre açısından çok önemlidir.

TSE Belgesi (Türk Standartlarına Uygunluk Belgesi): Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ve marka almak isteyen firma arasında akdedilen sözleşme ile TSE markası kullanma hakkı verilen firma adına düzenlenen ve üzerinde TSE markası kullanılacak malların; ticari markası, cinsi, sınıfı, tipi ve türünü belirten belgedir. Geçerlilik süresi bir senedir.

TSEK Markası (Kalite Uygunluk Markası): TSEK markası, üzerine veya ambalajına konulduğu malların henüz Türk Standardı olmadığından ilgili uluslararası veya diğer ülkelerin standartlarına veya TSE tarafından kabul edilen teknik özelliklere uygun olarak imal edilip piyasaya arz edildiklerini ifade eder.

Tutum: Kişinin, nesne veya ortamlara olumlu veya olumsuz bir şekilde tepkide bulunma eğilimine **tutum** denir. **Tutum**, belirli bir kişiye, bir duruma veya bir başka şeye karşı geliştirilen sağlam, kalıcı bir eğilim yani zihinsel açıdan bir hazır oluş halidir. Tutum doğrudan gözlenmez ancak davranıştan önce gelen ve davranışlara yol gösterici bir yapı özellikleri arz eder. Bu tanımlar içerisinde yer alan nesne; ürün, marka, işletme, kurum, ülke, mağaza, satış elemanı, reklâm gibi, somut olabildiği gibi, imaj, inanç gibi, soyut bir şekilde de olabilir. **İnanç** ise, bir düşünceye gönülden bağlı bulunma, birine duyulan güven, inanma duygusu ve inanılan şey, görüş, öğretilerdir. Kişinin bir şey hakkındaki tanımlayıcı fikir ve düşünceleri inanç olmaktadır. İnançlar; bilgi ve fikir elde etme sonucu oluşur ve pazarlamada marka imajı bu inançlara dayanır. Tutumlar ve inançlar öğrenme ile oluşturulur ve satın alma davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Tutum insanın iç duygularının dış savunması olarak objelere karşı eğilimini yansıtır. Tutumlar kendileri gözlenmemesine rağmen, gözlenebilen ve incelenebilen davranışları ortaya çıkartan eğilimlerdir.

Tutundurma: Satış çabaları, promosyon ve tanıtım ve reklâm olarak da ifade edilen tutundurma, pazarlama bileşenlerinin dördüncü ve sonuncusu olarak; ürünle ilgili olarak tüketicilerin bilgilendirilmesi, ihtiyaç hissetmelerinin ve satın almalarının sağlanması için yapılan, (1)kişisel satış, (2)tanıtım, (3)reklam ve (4)halkla ilişkiler olarak dört temel elemanı kapsar. Bu faaliyetle, bir mal veya hizmete karşı insanların kafalarında intiba, imaj, statü gibi, unsurları yerleştirmek olarak ifade edilen konumlandırma da söz konusudur. **Tanıtım;** bir organizasyonun ürettiği mal veya hizmetlerin, niteliğini, teknolojisini kurum kimliğini, üretim şeklini ve ürüne yüklediği diğer unsurları geniş halk tabakalarına bunları benimseme ve satın almayı istemelerini sağlayacak şekilde basılı ve elektronik medyada yer alacak şekilde haber yapmasıdır. **Reklâm;** belirli bir hedef kitlenin üyelerini bilgilendirmek veya ikna etmek gayesiyle mesaj içeriğinde tanımlanan organizasyonlar tarafından çeşitli medyanın belirli bir zaman diliminde kullanılmasıyla bir bedel karşılığında yürütülen kişisel nitelikte olmayan iletişim türüdür. **Reklâm şekilleri;** hatırlatıcı, kurumsal reklâm ve elektronik reklam gibi, değişik şekilleri bulunmaktadır. **Hatırlatıcı reklâm;** bir ürünle ilgili olarak önceden verilen bilgileri ve eğitimleri pekiştirme yoluyla hatırlatma ve isimleri zihinlere yerleştirme çabasıdır. **Kurumsal reklâm** ise bir organizasyonun imajını ve felsefesini tanıtan, benimseten reklâmı ifade etmektedir. **Elektronik reklâm;** internet yoluyla internet üzerinden kullanıcıları bir ürünü satın almaya teşvik eden ve bazen etkileşimli de olabilen reklâmlardır. Reklâm, kişisel satış, posta ile satış, satış teşvikleri gibi, tutundurma ve tanıtım çalışmaları en optimal şekilde planlanmalıdır. Tüketiciler bu tür faaliyetlerden çeşitli yönlerden faydalandığı gibi, olumlu veya olumsuz tarzda etkilenirler. **Kişisel satış;** işletmenin satış temsilcisi ile müşteri arasında yüz yüze iletişimi içeren satış artırıcı çabanın (tutundurmanın) en pahalı elemanıdır. **Halkla ilişkiler;** işletmelerin halkla doğru ve sağlıklı ilişkiler kurup geliştirmesi, halkta işletme hakkında olumlu izlenimler oluşturması, halkı işletmeye karşı olumlu düşünce ve davranışlara yöneltmesi ve halkla karşılıklı menfaatlere dayalı ilişkiler kurup sürdürmesi yolundaki planlı çalışmalarıdır.

TÜBİTAK; çeşitli alanlarda ilmi araştırma ve teknolojik gelişmeyi, ulusal ekonomik kalkınma hedeflerine göre düzenlemek, koordine etmek ve özendirmekle görevli, merkezi bir kuruluştur. Bu çerçevede Kurum, Türkiye'nin bilim ve teknoloji siyasetlerinin belirlenmesine katkı sağlamakta, akademik AR-GE desteği vermekte, özendirmekte ve izlemekte ve ulusal öncelikler doğrultusunda AR-GE enstitüleri işletmektedir. Üniversite sanayi ilişkilerinin gelişimine de önemli katkılar sağlamaktadır. TÜBİTAK, doğrudan Başbakan'a ve Başbakan Yardımcısına bağlı çalışmaktadır. Kurum, Türkiye'nin global alanda ilmi ve teknolojik rekabet gücünü artırmak, ilmi araştırmaların

teknolojik yeniliklere süratle dönüşebilmesi için yöntemler geliştirmek ve özel sektörün araştırma ve geliştirmeye etkin ve ağırlıklı olarak katılımını sağlamak üzere çeşitli teşvikler sağlamaktadır.

TÜFE: Tüketici Fiyatları Endeksi: Tüketicilerin satın aldığı mal ve hizmet fiyatlarındaki artışları ölçmek ve izlemek üzere **geçim endeksleri** diğer ismiyle **hayat pahalılığı endeksleri** yani genel ismiyle **tüketici fiyat endeksi** düzenlenmekte ve yayınlanmaktadır. Bu endeksler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından gerçekleştirilmektedir. / Dizin olarak da ifade edilen **Endeks**, bir alanda zaman içinde ortaya çıkan değişimi ölçmeye yarayan ve 100'den başlayan bir sayıdır. Endeks temel dönemde 100'e eşittir ve sonra gelen dönemlerin 100'e göre değişimini gösterir. **Fiyat endeksi de**, seçilmiş mal ve hizmetlerin ortalama fiyatlarının belli bir döneme göre değişimini ölçer. Endeks oluşturmak için ilgilenilen piyasaya göre (tüketici, üretici, ihracat, ithalat vb.) ve piyasayı temsil edecek bir mal ve hizmet sepeti oluşturulur ve seçilmiş maddelerin fiyatları dönemsel olarak izlenir.

Tükenmişlik sendromu; yaygın olarak insanların yüz yüze çalıştığı mesleklerde kişilerin, duygu yönünden kendilerini tükenmiş hissetmeleri, işleri gereği karşılaştıkları insanlara karşı duyarsızlaşmaları ve kişisel başarı duygularında azalma şeklinde görülen bir sendrom olarak ifade edilir.

Tükenmişlik: Uzun bir zamandan beri insanların şiddetli, küreklili veya tekrarlanır bir vaziyette duygusal baskıya maruz kalmaları sonucu ortaya çıkan bir durum olarak ifade edilmektedir. **İşlt.Bec.**

Tükenmişlik; hayatın yoğun talepleri sonucunda ruhi ve fiziki açıdan enerjinin tükenişi olarak tanımlanabilir. Tükenmişliğin, duygusal ve fiziksel bitkinlik, kişisel başarının azalması ve duyarsızlaşma olarak üç temel boyutu vardır.

Tüketici Bilinci: İyi bir tüketicinin bilmesi ve uyması gereken kuralları ve ortamı oluşturma olgusudur.

Tüketici Davranışları Bilimi: Karar verme birimlerini inceler; mal, hizmet, tecrübe ve fikirlerin elde edilmesi, kullanılması ve elden çıkarılmasına ilişkin süreçleri ortaya koyar.

Tüketici Davranışları: İhtiyaçları gidermeye yarayan mal ve hizmetler konusunda kişilerin, tüketici olarak nasıl ve niçin karar aldıkları ve davrandıkları anlamına gelmektedir. **Tüketici Davranışları**, tüketicilerin tutumlarının bir sonucu olarak mal ve veya hizmetleri tercih etme, satın alma ve kullanmadaki kararları ve bunlarla ilgili zihinsel, duygusal ve fiziki faaliyetlerdir. Hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağı, kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağı veya satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreçtir.

Tüketici Duyarlılık Endeksi: Tüketicinin şimdiki döneme veya geleceğe ilişkin hislerini ve beklentilerini yansıtan ve anketlerle belirlenen endekslerdir. Talepteki dalgalanmaları anlamamıza yardımcı olur,

Tüketici Fiyat Endeksleri: Hayat pahalılığındaki (enflasyon) değişimleri izlemeye, tüketim kalıbını belirlemeye, işçi ve işveren sendikalarının ücret belirlemelerine, milli geliri ve gelir dağılımını tahmin etmeye yarar. Bu endekslerde tüm yerleşim yerlerindeki ve meslek gruplarındaki tüketiciler dikkate alınmakla beraber daha fazla maaşlı, ücretli ve emekli kesim dikkate alınır. / Bir ülkenin ekonomik yapısının belirlenmesinde, ekonomik kararlar alınmasında, kişilerin satın alma gücünün tespitinde, ücret ve maaşların belirlenmesinde, tüketici tarafından satın alınan mal ve hizmetlerdeki perakende fiyatların tespiti ve bu fiyatlarda zaman içerisinde meydana gelen değişimin belirlenmesinde fiyat endekslerine ihtiyaç vardır. Yine sosyal ve ekonomik durum ve eğilimin tespitinde, konjonktürün tayini ve geleceğe dönük kararlar alınmasında fiyat endekslerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Tüketici Hareketi (Consumerism): Bireyleri tüketici olarak sahip oldukları haklarını tehlikeye atacak uygulamalardan korumak gayesiyle tasarlanmış ve hükümetler, işletmeler, sivil toplum kuruluşları ve benzeri bağımsız organizasyonlar tarafından yürütülen etkinliklerdir. **Tüketici Hareketi**, bağımsız birey, grup ve organizasyonların, tüketicinin haklarını arayan çalışmaları olarak ifade edilir. Tüketici hareketleri, tüketicinin haklarını korumak, onları bilgilendirmek ve eğitmek gayesiyle devletin, iş dünyasının ve sivil organizasyonların çabalarından oluşur.

Tüketici Şikâyeti: Tüketicinin satın aldığı mal ve hizmete ilişkin karşılaştığı meseleleri veya zararları dile getirmesi

Tüketici: Kişisel veya ailede kullanım gayesiyle mal ve hizmet satın alan ve kullanan insanlara denir. **Tüketici**, bir ihtiyacı tatmin etmek için herhangi bir mal ve hizmeti belirli bir bedel karşılığında satın alarak kullanan kişidir. Geleneksel olarak tüketici, ekonomik mallar ve hizmetlerin alımı ve kullanılması açısından ele alınmakta ve incelenmektedir. Bu anlamda tüketiciler, satışa sunulan ürünlerin potansiyel satın alıcıları olarak görülür. Çeşitli vakıf, dernek veya yardım kuruluşunun hizmetlerinden ücretsiz olarak faydalananlar da söz konusu kuruluş için tüketici gibi düşünülebilir. Ancak geleneksel değerlendirmede temel ölçü faydalanmak değil bir bedel mukabilinde ürünü satın almak olmasından kuruluşların hizmetlerinden ücretsiz faydalananlar tüketici sıfatı taşımamaktadırlar. Bu açıklamalardan hareketle **gerçek anlamda tüketici**, kişisel veya ailede kullanım gayesiyle mal ve hizmeti belirli bir bedel karşılığında satın alan ve kullanan insanlara denir. Burada mal ve hizmeti satın alan kişi tüketici tanımına girebileceği gibi, kullanan aile ferdi de tüketici tanımına girmektedir. **Yeşil tüketici**, canlıları, çevreyi, diğer ülkeleri tüketim sonucu tehdit oluşturan bir takım ürünleri almaktan kaçınan kişi olarak tanımlanmaktadır. Tüketicilerin eğitim ve bilinç düzeylerinin gelişmesi işletmelerin ürünlerinin müşteriye belirlenmiş spesifikasyonlara veya standartlara uyulmasını zorunlu kılmaktadır. Diğer taraftan Japon endüstrisinin kalite konusunda gösterdiği çarpıcı gelişme tüm dünya işletmelerini de kalite geliştirme konusunda zorlayan bir unsur olmuştur.

Tüketici; kişisel veya ailede kullanım gayesiyle mal ve hizmet satın alan ve kullanan insanlara denir. Diğer bir tarifile **tüketici;** bir ihtiyacı tatmin etmek için herhangi bir mal ve hizmeti belirli bir bedel karşılığında satın alarak kullanan kişidir.

Tüketici Bilinci: İyi bir tüketicinin bilmesi ve uyması gereken kuralların farkında olması ve ona göre davranmasıdır.

Tüketim Harcamaları: Tüketim ürünlerine yapılan ödemelerin toplamıdır.

Tüketim Kalıbı: Tüketim faaliyetini gerçekleştiren kişilerin alışverişlerini sahip oldukları kültürel değerlere göre düzenleme şekli olarak ifade edilir.

Tüketim Kültürü: Tüketim kültürü kavramı genel olarak; üretilen ürünlerin tüketiciye ulaştırılması için kültürün baskın hale gelmesini anlatmak için ve kişisel beğeniler, sosyal değerler ve tüketicilerin kişisel yaşam tarzlarını ifade etmek için kullanılır. **Tüketim kültürü**, tüketicilerin çoğunluğunun faydacı olmayan statü arama, kıskançlığı teşvik etme ve yenilik arama gibi, gayeler doğrultusunda mal ve hizmetleri büyük bir istekle arzuladıkları bir kültürdür. Eleştirel bir bakışla **tüketim kültürü**, doğal kaynakların hesapsızca tüketildiği, insanları kendi ürettiklerinden fazlasını tükettikleri, başkalarını ve bir ölçüde de kendilerini hayat tarzları ile yargıladıkları bir kültürel ortamda var olma hali olarak tanımlanır. Farklı bir bakış açısıyla, **tüketim kültürü**, insani değerlerin alt üst olduğu ve ürünlerin insanlardan daha önemli hale geldiği bir toplumda ürünlere aşırı değer verildiği ve bitmeyen bir şekilde ürünlerin birbirleriyle yer değiştirdiği bir kültürdür.

Tüketim: Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını karşılamak gayesiyle kullanılmasına denilmektedir. Tüketim, belirli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir mal veya hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma veya tüketmedir. Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını karşılamak gayesiyle internet aracılığıyla elektronik ortamdan temin edilerek kullanılmasına **e- tüketim** denilmektedir. **E-tüketim**, belirli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir mal veya hizmeti edinme, sahiplenme faaliyetini sanal ortamda gerçekleştirerek kullanma veya tüketmedir.

Tüketim; belirli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir mal veya hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma veya tüketmedir. Tüketim talebi tüketicinin; ekonomik durum, zevk ve isteğine bağlı olarak artabilir ve azalabilir.

TÜRKAK: Türkiye Akreditasyon Konseyi Türk Akreditasyon Kurumu – TÜRKAK (Turkish Accreditation Agency): Test, muayene ve belgelendirme yapan kuruluşların uluslararası kabul görmüş teknik kriterlere göre, bağımsız ve tarafsız bir kuruluş tarafından değerlendirilmesi ve denetlenmesi, bu kuruluşlara uluslararası platformda bir güven oluşturulabilmesi ve bu kuruluşlarca yapılan testlerin ve bu testlerin sonucuna ilişkin düzenlenen belgelerin uluslararası alanda tanınması, diğer bir ifadeyle ticarete bir teknik engel oluşturulmaması açısından akreditasyon büyük önem taşımakta ve uzun yıllardır ülkelerde bir akreditasyon kuruluşunun varlığı zaruri hale gelmiş bulunmaktadır.

Türk-İş: Türk-İş Konfederasyonu tüm işkollarında organizeli 33 sendikanın ve Kıbrıs'taki 2 federasyonun üst organizasyonudur. **Kuruluşu:** Türk-İş 31 Temmuz 1952'de kuruldu. Türk-İş, Asgari Ücret Tespit Komisyonu, Milli Prodaktivite Kurumu ve Sosyal Sigortalar Kurumu gibi, kurumlara ve ulusal düzeydeki komisyonlara temsilci göndermekte veya yönetim düzeyinde kanuni olarak temsil edilmektedir.

Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi: Kanun ve tüzüklerin emrettiği diğer ilanlar ve mahkemeler, resmi daireler ve kamu tüzel kişileri tarafından ticaret işleriyle ilgili olarak verilen ilanlar ve iflas memuru tarafından hazırlanan iflas ve konkordataya ait kazai kararları yayınlayan gazetedir. Türk Ticaret Kanunu, gazetenin yayın hakkını Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın denetim ve gözetiminde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği 'ne tanımıştır. 25 Şubat 1957 tarihinden bu yana Ankara'da yayımlanmaktadır.

Tüzel Kişi-Hükmi Şahıs: Gerçekte kişilik sahibi olmayan ancak varsayım olarak kişilik sahibi olduğu kabul edilen kişi veya mal topluluklarıdır. Tüzel kişilik; organize olma unsuru, organizeli araçlar topluluğu, ortak gaye ve devletin tanınması gibi, dört unsurdan oluşur. **Gerçek Kişi:** Sağ ve tam doğmak kaydıyla kişinin anne karnına düşmesinden ölümüne kadar süreçte hukuken kişiler için kullanılan kavramdır.

U

Uhulet ve suhuletle: Sessiz ve sakin bir şekilde, yumuşaklıkla

Uhulet ve suhuletle: Sessiz ve sakin bir şekilde, yumuşaklıkla.

Ulusal Ekonominin Borçlanma Gücü: Bir ekonominin dış ülkelere aldıkları kredilerin geri ödeme gücüdür. Ülkenin ancak geri ödeme kapasiteleri bulunduğu süreçte yeniden borçlanabilirler.

Ulusal Meslek Standardı: (UMS) bir mesleğin başarı ile icra edilebilmesi için Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından kabul edilen gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların neler olduğunu gösteren asgari normdur.

Uluslararası Ekonomi, dünya üzerinde bağımsız ülkeler arasındaki tüm ekonomik ilişkileri inceleyen ve bunlardan belli varsayımlar altında sonuçlar çıkarmaya çalışan sosyal bir bilim dalı olup genel ekonomi biliminin de bir parçasıdır. **Ekonomi**, sosyal bir bilim dalı olarak genel manada sınırsız insan ihtiyaçlarını kıt olarak bilinen kaynaklarla nasıl karşılanacağını inceler. İnsan ve topluma en az çabayla en çok tatmin sağlamayı gösteren yöntemler teorisi olarak ifade edilir. Bu tanıma göre ekonomi biliminin gayesi, insan ve toplum düzeyindeki ekonomik olayları açıklamak, ekonomik kanunları tespit etmek ve gerekli durumlarda uygulamaya ilişkin önerilerde bulunmaktır.

Uluslararası Karşılaştırma Programı (UKP) : Gayri safi yurtiçi hâsılanın fiyat ve hacim olarak uluslararası karşılaştırılmasını sağlayan ve GSYH'nın harcama kalemlerini Satın alma Gücü Paritesi'ne (**SGP**) dayalı olarak veren, Eurostat ve OECD tarafından organize edilen bir programdır.

Uluslararası Para Fonu (IMF, UPF): Parasal gücü üye ülkelerin verdiği kaynaklardan oluşan kurumdur. Günümüzde ekonomik olarak güç duruma düşen ülkelere kredi vermektedir. Bu kurumun borç alan ülkelerin kalkınma planlarına müdahale ederek yatırımlarını denetim altına aldığı görülmektedir. IMF. ye üye olan Türkiye de bu kuruluşun kredi almaktadır. Devlet bütçesinin harcamalara yetmemesi, eski borçların ve faizlerin ödenmesi için alınan kaynaklar ülkenin ekonomik bağımsızlığının azalmasına sebep olabilmektedir.

Uluslararası Pazar: Bir ülke sınırları dışındaki tüm alıcıların –serbest bölgeler dâhil- oluşturduğu alandır.

Uluslararası Pazarlama (International marketing /Global / Beynelmillel / Küresel): Ürünlerini ülke dışına satmayı hedefleyen pazarlama stratejilerini geliştirme ve bunların farklı ülkelerdeki uygulamalarını bütünleştirme süreci. **Uluslararası Pazarlama:** “Ulusal sınırları aşan, Pazar konusunda bilgi edinme, yapın geliştirme, fiyatlandırma, dağıtım ve geliştirme etkinliklerinin bir veya daha çoğunun uygulanması” olarak tanımlanmaktadır. Bir başka kaynaktan; **uluslararası pazarlama**, bir firmanın mal ve hizmetlerinin birden çok ülkedeki tüketiciye veya kullananlara akışını yöneten işletmecilik etkinliklerinin uygulanması” şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir kaynaktan ise, “uluslar arası pazarlama tek bir temel sebeple ulusal pazarlamadan ayrılmaktadır; uluslar arası pazarlama diğer ülkelerdeki kişiler, firmalar, organizasyonlar ve/veya yönetim bölümleriyle yapılan ticareti kapsamaktadır.” Başka bir tanım daha, **uluslararası pazarlama**; işletme gayelerine ulaşmayı sağlayacak değişimi gerçekleştirmek üzere ürünlerin geliştirilmesi, fiyatlanması ve dağıtımına ilişkin birden fazla ülkede yapılan planlama ve uygulama sürecidir. Daha başka bir kaynaktan ise, **uluslararası pazarlama**; bir işletmenin dünyadaki müşterilerin ne istediklerini anlayıp, bulup, bu istekleri hem kendi ülkesindeki rakiplerden hem de yabancı rakiplerden daha iyi tatmin etme çabalarıdır.

Uluslararası Ticaret Blokları: Aralarında ticareti engelleyen şartları kaldırıp, ticaret hacmini ve dolayısı ile ekonomilerinin boyutlarını ve verimini arttırmak isteyen bazı ülkeler bölgesel ticaret blokları oluşturmaktadır. Genellikle bu bloklar ülkelerin tarihi ve coğrafi bağlantıları çerçevesinde ortaya çıkmıştır. **AB:** 1957 senesinde Avrupa Ekonomik Topluluğu adıyla kurulan ekonomik bütünleşmeyi gerçekleştirdikten sonra Avrupa Topluluğu ismini alan ve 1992 senesinde Maastricht Anlaşması ile Avrupa Birliği’ne dönüşen, üye devletlerarasındaki siyasal ve hukuki birleşmeyi hedefleyen birliktir. **ASEAN:** 1967’de kurulmuş olan ASEAN (Association of South East Asian Nations-Güney Doğu Asya Ülkeleri Birliği) gelişmekte olan ülkelerin kurmuş oldukları çeşitli ticaret toplulukları arasında en başarılısı olarak görülmektedir. Topluluk içindeki gümrük tarifelerini azaltmakta, ticaret hacmini arttırmakta ve hızlı bir kalkınma temposu göstermektedir. **Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİB):** Türkiye, Rusya, Gürcistan, Azerbaycan, Ermenistan, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya ve Ukrayna gibi, ülkeler tarafından üye ülkelerin ekonomik ilişkilerini geliştirmek için kurulmuştur. **COMECON:** Doğu Avrupa’nın ortak pazarı olmak iddiasıyla Sovyetler Birliği liderliğinde 1949 senesinde COMECON (Council for Mutual Economic Assistance - Karşılıklı Ekonomik Yardımlaşma Konseyi) adıyla üye ülkelerin ekonomik gelişmelerini sağlamak için kurulmuştur. İçerisinde ticari bir blok olarak üye ülkelerinin ithalatlarının %54 ü kendi içlerinde kliring sistemi yani ürün değişimi yoluyla yapılmaktadır. Aralarındaki döviz kurları da piyasa şartlarına göre değil, merkezi planlama gereklerine göre belirlenmesinden, batı paralarına karşı resmi kurların yapay yüksekliğini kanıtlayan karaborsalar oluşuyordu. Topluğun ana gayesi üyelerin ulusal ekonomilerini planlı bir şekilde geliştirip, halklarının sosyal yaşamını yükseltmektir. SSCB kendisi bu hedeflere ulaşamayıp çökünce 1990’ senelerin başında COMECON da tasfiye oldu. **NAFTA:** Açılımı north american free trade agreement olan 1987 senesinde Kanada, ABD ve Meksika tarafından imzalanmış olan ticaret anlaşması. Bu anlaşmanın hedefi 10 ila 15 sene içinde bu 3 ülke arasındaki ticaret ve yatırım kısıtlamalarının büyük bir bölümünü kaldırmaktır, ama bu birlik bir gümrük birliği değildir, hatta ileride Avrupa Birliği gibi, bir birleşme ihtimalide yoktur. 3 ülkede ticaretini, yatırımını veya sömürsünü yapıp sonrada kafasına göre takılacaktır. **D-8 Kalkınmakta Olan Ülkeler Organizasyonu:** D-8; Bangladeş, Endonezya, İran, Malezya, Mısır, Nijerya, Pakistan ve Türkiye arasında kurulan kalkınmada işbirliğini sağlamaya yönelik uluslararası bir organizasyondur. Bu organizasyon üyelerinin sosyal ve ekonomik ilişkilerinin zenginleştirilmesine yeni bir boyut katmaktadır. D-8 üyelerinin tamamı aynı zamanda İslam Konferansı Teşkilatının da üyeleridir. D-8 üyeleri, tabii kaynakları, kalabalık nüfusları ve potansiyel pazarlarından ötürü kendi bölgelerinde önemli konum arz etmektedirler. 22 Ekim 1996 tarihindeki “Kalkınmada İşbirliği Konferansı”nı izleyen bir dizi hazırlık toplantılarından sonra 15 Haziran 1997 senesinde İstanbul’da yapılan Devlet ve Hükümet başkanları zirvesinde D-8’in kuruluşu resmen ilan edilmiştir (İstanbul Deklarasyonu).

Uluslararası Ticaret: Malların ve sermayenin ulusal sınırlar dışına akışını ifade eder. İnceleme alanı devletin ödemeler dengesi açısından ticari ve mali şartları ele alır, pazara makro ölçekte bakarak, pazarlama çabalarını ikinci planda tutar. İhracat terimi, katma değer oluşturan tüm maddelerin işlenmesi üretimi ve satışına ilişkin faaliyetleri kapsamasına karşılık, pazarlamanın diğer temel fonksiyonlarını özellikle dış pazarda alıcıların istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesini ikinci planda tutar.

UMS: Ulusal Meslek Standartları: www.ummyo-2011.org **Meslek Standartları:** Bir mesleğin başarıyla icra edilmesi için yapılması gereken görev ve işlemler, sahip olunması gereken bilgi ve beceriler ile sergilenmesi gereken tutum ve davranışları gösteren asgari normlardır. / Meslek Standartları işverenlere, çalışanlara ve eğitim kesimine sayısız faydalar sağlamaktadır. Bu sayede işverenler, istihdam edecekleri kişilerin sahip olmaları gereken bilgi ve becerileri konusunda önceden bilgi sahibi olurlar, istihdam edecekleri kişilerin seçiminde, ücretlerinin belirlenmesinde ve terfilerinde daha isabetli kararlar verebilirler. Çalışanlar Meslek Standartları sayesinde, iş başvurularında sahip oldukları yeterlilikleri daha iyi sergileyebilirler ve kendilerini nasıl geliştirebilecekleri hakkında fikir sahibi olabilirler. İş hayatı ile eğitim hayatı arasında önemli bir köprü işlevi görmektedir. AB düzeyinde **“Diplomaların ve Mesleklerin Karşılıklı Olarak Tanınması”** konusunun ele alınması da bu ihtiyaçtan kaynaklanmıştır.

Umulan-Beklenen

Umulan-beklenen

Ussal-Akılcı-Rasyonel

Ussal-akılcı-rasyonel

Uyarı-İhtar

Uygarlık-Medeniyet

Uygarlık-medeniyet

Ü

Ücret siyaseti; kurumun misyonu, vizyonu, hedefleri ve bunlara bağlı olarak tanımlanan insan kaynakları siyaseti doğrultusunda belirlenen, çalışanların ücretlendirilme kriterlerini ve şekillerini düzenleyen ücret yönetimi sistemine ilişkin yol haritasıdır. Genel olarak, kuruluş hep daha az ücret vermek, çalışan ise hep daha çok ücret almak isteyecektir. Burada hedef mümkün olduğunca, neye hizmet ettiği hem çalışan hem de kurum tarafından net olarak bilinen, şeffaf, adil ve doğru çalışanları doğru işlerde tutmayı başarabilen bir ücretlendirme sistemini oluşturabilmektir.

Ücret Teorisi: Ekonomide Klasiklerin temel görüşlerindedir. Ücretin işverenler açısından işin marjinal verimine, işçiler açısından da işin marjinal zahmetine eşit olduğu savına dayanır.

Ücret: Bir üretim faktörü olan emeğin üretim sonucu tartılan değerden aldığı paydır. Geniş bir tanımla, **ücret**, bir üretim faaliyetine bedensel ve düşünsel çaba harcayarak katkıda bulunan kişiye emeği karşılığı üretim miktarı, zaman veya başka bir kritere göre belli bir yöntemle hesaplanarak ödenen paradır. Ekonomik açıdan ücret 'emeğin fiyatı' ,sosyal siyaset açısından 'iş görenin geçim aracıdır'. Ve iş hukuku açısından ' iş görenin fikri ve bedeni faaliyetlerinin karşılığıdır'. Ancak, işletme ekonomisindeki ücret kavramı ile sosyal ücret kavramları arasında, bir ilgi kurulabilir. Sosyal ücret, iş görene belli hayat düzeyini sağlamak ve bunu sürdürmek gayesi ile ulaşılmış bir kavramdır. Bu görüşün işletme ekonomisine ve işletme yönetimine göre ifadesi, 'eşit işe eşit ücret' ve ücretin bölgesel özelliklere göre düzenlenmesi ile, 'ücret adaleti' olarak ortaya çıkmaktadır. **Ekonomik bir kavram olarak ücret**, insan kaynakları için yapılan tüm ödeme şekillerini kapsar ve genellikle iş görenlere yapılan ödemeleri içerir. Ödeme yapılan iş gören kümelerine göre değişik isimler alabilir. **Ana-baz ücret sistemleri:** 1. Zamana göre ücret, 2. Parça başına ücret, 3. Götürü ücret

Ücret; belirli bir sürede yapılan çalışmaların karşılığı olarak kuruluşun çalışanlara vermeyi taahhüt ettiği sabit para miktarıdır. Diğer bir tanımla **ücret;** bir iş karşılığında işverenin, emek sahibine emeğin karşılığı olarak çeşitli şekillerde para veya mal olarak ödediği bedeldir.

Üretici Fiyat Endeksleri (ÜFE): ÜFE zincirleme Laspeyres formülüne göre dört ana sektör (tarım, avcılık ve ormancılık, madencilik ve taşocakçılığı, imalat sanayi, elektrik, doğal gaz, su) ve tüm grup için derlenmektedir. Endeks ulusaldır ve 762 madde ve ulusal üretim paylaşımında önemli paylara sahip yaklaşık 1700 firmayı kapsamaktadır. **Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE):** Türkiye'nin ekonomik sınırları içindeki tüm parasal tüketim harcamalarını kapsayan endeksin hesaplanmasında 2003 senede temel sene olarak alınmaktadır. TÜFE'ye yaşadıkları yer ve gelir dağılımına bakılmaksızın tüm özel ve kurumsal hane halklarının ve yabancı turistlerin harcamaları dahil edilmektedir. TÜFE'de kullanılan ağırlıklar Hanehalkı Bütçe Anketi'nin sonuçlarından elde edilmektedir. TÜFE zincirleme Laspeyres formülüne göre hesaplanmakta ve her sene mal ve hizmetlerinin ağırlıkları güncellenmektedir.

Üretici: Müstahsil

Üretim Faktörleri: İnsanların ihtiyaçlarının karşılanması için gerekli olan mal ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli olan ve bir araya getirilen araçlara denilir.

Üretim sistemi; insan, malzeme, enerji gibi, girdilerin istenilen mal veya hizmete dönüşmesi için gerekli tüm unsur ve faaliyetler bütünü ifade eder. Üretim sisteminin etkin ve verimli çalışabilmesi için sistem bir bütün olarak düşünülür bununla ilgili tasarım ve uygulamaların sistemin bütünü gözden kaçırmadan, birbiri ile ilişkilerini ve etkileşimleri hesaba katılmalıdır.

Üretim Stratejisi: Bir işletme veya organizasyonun uzun vadeli ve rekabete dayanan stratejisi doğrultusunda, üretim kaynaklarının en etkin şekilde kullanımını sağlama gayesine yönelik politika ve planlar bütünüdür.

Üretim Yönetimi İşlev: İnsanların ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin en iyi kalitede, en düşük maliyetle, üretimini sağlamaya yönelik faaliyetlerin planlanması, organize edilmesi, yönlendirilmesi, koordinasyonu ve kontrolüdür.

Üretim yönetimi; insanların ihtiyaç duydukları mal veya hizmetlerin uygun kalitede, miktarda, maliyette ve uygun zamanda üretilmesini sağlayacak şekilde, tüm üretim faktörlerinin planlanması, organizasyonu, yönetilmesi, koordinasyonu ve kontrolü işlevlerini uygulamadır.

Üretim: İnsan ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetleri elde etmek gayesiyle yapılan her türlü çabaya denir. Üretilen ürünlerin elde tutulmayıp piyasaya sunularak alım ve satma konu olması için ticarileştirilmesi gerekir. Ticarileştirme, ürünün ticarete konu olacak şekilde değerinin serbestçe belirlenmesi ve fırsat eşitliğinin oluşturulmasıdır. İhtiyaçlardan yola çıkan işletmeler, o ihtiyaçları karşılamak için üretir, ürünleri dağıtır, insanlar bu ürünleri kullanır veya tüketir ve bu süreç tekrarlanarak devam eder. **Tam Zamanında Üretim:** Üretimin istendiğinde ve zamanında gerçekleşmesini ifade eden ve Japonya'nın yönetim bilimine kazandırdığı bir kavram olarak; toplam kalite yönetimi ile birlikte uygulandığında kalite mükemmelliğini artırmaktadır. Bu felsefi stokları en aza indirmekte, maliyetleri azaltmakta ve düzgün bir üretim akışını getirmektedir. **Üretimin Faydaları:** **1. Şekil Faydalılığı Arttırmak:** Yeni şekil ve yapı kazandırılacak bir mal daha faydalı hale getirilebilir. Unun ekmeğe, kumaşın elbiseye dönüştürülmesi gibi, **2. Mekân Faydasını Arttırmak:** Bir malı az ihtiyaç duyulan ve daha az faydalı olan bir yerden, daha çok ihtiyaç duyulan ve daha faydalı olacağı başka bir yere taşımak demektir. Bu görevi taşımacılık sektörü yerine getirmektedir. **3. Zaman Faydasını Arttırmak:** Bir malı bol olduğu ve az faydalı olduğu bir dönemden, kit

olduğu ve daha faydalı olduğu bir döneme saklamak. Depolama ve ambarlama görevi yerine getirmektedir. **4. Mülkiyet Faydasını Arttırmak:** Bir malın sahipliği el değiştirerek, daha faydalı olacağı kişilere aktarmak da bir üretilimdir. Bu bakımdan malların el değiştirmesi (**mübadele**) de bir üretilimdir. **Üretim;** insan ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetleri elde etmek gayesiyle yapılan her türlü çabaya denir.

Ürün (Product): Belli bir fiziki ve zihni çaba sonucunda bir istek ve ihtiyacı karşılamak üzere üretilen somut-mal- ve soyut-hizmet- tatmin vasıtalarıdır. Satışa sunulan ve müşterinin satın aldığı malların, hizmetlerin veya fikirlerin özellikleri ve maddi ve manevi faydalarının tümüne ürün denilmektedir. İnsan ihtiyaçlarını karşılayan vasıtalar somut yani elle tutulup gözle görülen şeyler -mal- olabileceği gibi, soyut yani, elle tutulup gözle görülmeyen şeylerde-hizmetler- olabilir. **Mal;** insan ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı olarak karşılama özelliğine sahip ve genellikle para ile veya başka bir ekonomik madde ile değişilebilen kıt ekonomik nesnelere yani maddelere denir. **Hizmet** ise, insan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziki olmayan ürünlerdir.

Ürün Eskitme: Elektronik cihazların belli bir miadının olması ve o süre içinde cihazın bazen geriye dönüşsüz şekilde bozulması, bazen de cihazın vasat şekilde çalışmasını sağlama faaliyetidir. Üreticiler yeni ürünlerinin üretilmesi ile eskilerinin artık piyasada olmasını istemiyorlar ve bunun için yazılım güncellemeleri (firmware) ile eskitme gerçekleştiriyorlar. **Donanım yazılımı** (İng: firmware), sayısal veri işleme yeteneği bulunan her tür donanımın kendisinden beklenen işlevleri yerine getirebilmesi için kullandığı yazılımlara verilen isimdir. Her bir güncellemede sistem ihtiyacı arttığı için, cihaz git gide yavaşlıyor ve yüzden de cihaz, bazı önemli uygulamaları desteklemiyor, bu durum cihazın geri kalmasına sebep olabiliyor. **Üretici tarafından planlanmış eskime,** uzun vadede firmaya kâr sağlarken insan emeğine ve tabiata zarar vermektedir. Planlanmış eskimenin kanunla kontrol altında tutulması şu an mümkün görünmüyor. Bir cihaz garanti kapsamında iken parça değişimi yapılamadığından veya o parça tamir edilmediğinden cihaz tamamen değiştiriliyor. Üreticiler, her zaman tüketicilere dayanıklı ve uzun ömürlü cihazları sunmaya çalıştıklarını söylemelerine rağmen bunun böyle olmadığı ortada; cihazların içinde ısıya karşı hassas devrelerin çok ısınan yerlere yerleştirilmesi gibi, birçok ayrıntı üreticinin bunları bilinçli yaptığı yönünde görüşlere sebep oluyor.

Ürün Gamı-ürün çeşidi-ürün portföyü, menüsü

Ürün Gamı-Ürün çeşidi-Ürün portföyü-Ürün menüsü

Ürün Geliştirme Stratejileri (Product development strategies): Mevcut müşterilere sunmak üzere yeni ürünler geliştirmeye dayalı büyüme stratejileri.

Ürün Yaşam Evreleri (Product life cycle): Bir ürünün satış ve kârlılık tarihçesinde gözlemlenen ve dört dönemden oluşan yaşam süreci (giriş, gelişme, olgunluk ve gerileme).

Ürün Yenileme: Kullanılan ürünlerin yenilerini alma noktasında Türkiye, dünyada ilk sıralardadır.

Ürün: Bir istek ve ihtiyacı karşılamak için belli bir fiziki veya zihni çaba sonucunda elde edilen, dokunulabilir veya dokunulamaz nitelikte olan, işlevsel, sosyal ve fizyolojik faydaları bulunan şeylerdir.

V

Vatan: Bir kimsenin doğup büyüdüğü yer, üzerinde yaşanan ülke, yurt. “Ey bu vatan gençleri! Frenkleri taklide çalışmayınız. Âyâ, Avrupa'nın size ettikleri hadsiz zulüm ve adâvetten sonra, hangi akılla onların sefahat ve bâtil efkârlarına ittibâ edip emniyet ediyorsunuz? Yok, yok! Sefihâne taklit edenler, ittibâ değil, belki şuursuz olarak onların safına iltihak edip kendi kendinizi ve kardeşlerinizi idam ediyorsunuz. Âgâh olunuz ki, siz ahlâksızcasına ittibâ ettikçe, hamiyet dâvâsında yalancılık ediyorsunuz. Çünkü şu surette ittibânınız, milliyetinize karşı bir istihfaftır ve millete bir istihzâdır.” Risale-i Nur

Vergi Ödeme Gücü: Mükellefin kendisi ve ailesini geçindirebilecek gelirlerinden fazla olan kısmıdır.

Vergi Yüğü: Bir ülkede ödenen toplam vergi miktarının Gayri Safi Milli Hâsıla'ya (Bkz. GSMH) veya da milli gelire (MG) oranıdır. Vergi yüğü genellikle, vergi miktarıyla doğru, ödeme gücüyle ters orantılıdır.

Vergide Genellik: Vergi kanunlarında sayılan vergi doğuran olayların gerçekleşmesi şartıyla, bütün yurttaşların sosyal sınıf farkı gözetmeksizin ayrıcalıksız vergiye tabi tutulmalarıdır.

Veri (data): İşletmenin iç ve dış çevresindeki değişik kaynaklardan, gözlem, mülakat ve anket yolu ile elde edilen bilgilere denir.

Veri Tabanlı Pazarlama: Mevcut ve potansiyel müşterilerle ilgili her türlü bilgi ve iletişim faaliyetlerini iletişim vasıtaları ile elektronik ortamda bulunduran, güncelleyen ve böylece yakın ilişkiler kurulmasına yardımcı olan bir pazarlama yaklaşımıdır.

Verimlilik Yönetimi İşlevi: Belirli bir üretim miktarı ile bu üretimi elde etmek için kullanılan faktörler arasındaki oran olarak, aynı miktar kaynakla daha çok üretim yapılmasını sağlama işlevidir. O sebeple işletmelerde verimlilik yönetimi başlı başına bir işlev olup ayrı bir birim olması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Verimlilik: Üretilen ürün ile bu ürünü üretmek üzere kullanılan girdi ilişkisi olarak; belirli bir üretim miktarı ile bu üretimi elde etmek için kullanılan faktörler arasındaki orandır. Günümüz ekonomilerinin anahtar bir kavramı olarak verimlilik; kalkınmanın, kalkınmış ülke veya toplum olmanın en temel ölçülerindedir. Verimlilik kalkınmada itici bir güç olarak bir sektördeki verimlilik artışları, başka kesimleri de harekete geçirici bir rol oynamaktadır. Artan verimlilik, akılcı ve çağdaş bir yönetim altında kalkınmayı hızlandırmakta, gittikçe daha ileri boyutlara ulaştırmaktadır. Günümüzde artık verimlilik ile elde edilen mal ve hizmetin kalitesini yükseltme, çevreyi koruma, çalışanlara en iyi hayat ve çalışma şartlarını sağlama ve bu arada birim girdi başına üretim miktarını artırma çabaları birlikte düşünülmektedir. **Verimlilik;** üretim sürecine sokulan çeşitli faktörlerle (girdiler) bu sürecin sonunda elde edilen ürünler (çıktılar) arasındaki ilişkiyi ifade eden verimlilik, savurganlıktan uzak, kaynakları en iyi şekilde

değerlendirerek üretmektir. **Teknik anlamda verimlilik**, "üretile mal ve hizmet miktarı ile bu mal ve hizmet miktarının üretilmesinde kullanılan girdiler arasındaki oran" olarak tanımlanır ve genellikle bu ölçü, çıktı/girdi olarak formüle edilir. **Verimlilik anlayışı**, günümüzde insanın refah ve mutluluğunu birbirine paralel olarak geliştiren, iş ve teknolojiyi bir gaye değil araç olarak gören mertebeye ulaşmış ev toplam verimlilik anlayışı ile de verimliliği, çeşitli üretim ve çevre faktörleriyle teknolojik, ekonomik ve organizasyon yeteneklerinin bir bileşimi olarak tanımlamak mümkündür. **Verimlilik**; üretimde elde edilen çıktılarının fiziki değerlerinin, üretimde harcanan girdilerin fiziki değerlerine oranıdır.

Versiyon-Sürüm

Versiyon-sürüm-uyarlama

Vetire-Süreç

Viral Pazarlama: Ağızdan ağıza pazarlamanın bir altı olarak ismini virüslerin yayılma şekline almış bir pazarlama şekli olarak; kendi reklâmını yapan ve kendi kendine devam eden bir tür pazarlama yöntemidir.

Vizyon: İşletmenin geleceği ile ilgili olarak üst yönetim tarafından benimsenen ve işletmeyi geleceğe taşıyacak bir idealdir. **Vizyon**, "mevcut gerçekler, umutlar, hayaller, tehlike ve fırsatların bir araya gelmesi ile oluşan geleceğin tanımlanması için bilinmeyene doğru bir bakış" olarak ifade edilmektedir. İşletme yönetiminde; işletmenin uzun dönemde gerçekleştirilmeyi hedeflediği sonuçları ifade etmektedir. Vizyon, geleceğe yönelik olarak işletmelerin uygulamalarını şekillendirmekte ve yönlendirmektedir.

W

WWW: (World Wide Web –Dünya Çapında Ağ), teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal mağazalar ile internette işletmeler elektronik ortamda bilgisayar aracılığı ile birçok ürünün doğrudan satışı yapılmaya başlanmıştır. Dünya ticaretindeki "**com**" değişimini yakalayan işletmeler, sanal âlemde –dünyada- showroom veya mağaza açarak yeni müşterilere ulaşmaya çalışmaktadırlar. İnternet üzerinden açılan mağazaların genel giderleri düşük olması maliyetlere olumlu yansımakta bu da işletmenin rekabet gücünü artırmaktadır.

X

X kuşağı (X Generation): 1965–1976 seneleri arasında doğmuş ve bir kuşak olarak ortak davranışlar ve yaşam beklentileri sergileyen insanlar.

Y

Y kuşağı (Y Generation): 1977–1998 seneleri arasında doğmuş ve bir kuşak olarak ortak davranışlar ve yaşam beklentileri sergileyen insanlar.

Yabancı Sermaye: Yabancı kaynağın; lisans anlaşmaları, portföy-para çantası, cüzdan-, doğrudan yatırım şeklinde ithalidir. Yatırımlar için yeterli tasarruf, teknoloji ve uluslararası ticarete geçerli para birimine sahip olmayan ülkeler yabancı kaynaklara ihtiyaç duyar. Yabancı kaynaklar; bağış-kredi ve yabancı sermaye (lisans anlaşmaları, portföy, doğrudan yatırım) olarak ikiye ayrılır.

Yanıt-Cevap

Yap-İşlet-Devret: Yatırım modelidir. Yatırım özel şirketin bulduğu kaynaklarla "yapılır", özel şirket masraflarını çıkarmak için tesisi bir süre "işletir" ve sürenin sonunda kamuya "devreder". Yap-İşlet: modelinde de özel şirket, kendi bulduğu kaynaklarla yatırımı "yap" ar, masraflarını çıkarmak için "işlet" ir ve tesis onun olur. Kamu kaynaklarının yeterli olmadığı gerekçesiyle, özel şirketlere "imtiyaz sözleşmesi" ile yaptırılması gereken yatırım yöntemleridir.

Yaradılıştaki Altın Oran: 1,618 / + Pi "3,14"

Yaranma-dalkavukluk: Rahatsız edici ve sahtekârlık olmasına rağmen yöneticiye yaranma ve dalkavukluk yapmanın, başarı için ödenmesi gereken bir bedel olarak görülmesi yaygın bir davranış şeklidir.

Yarar-Fayda

Yarar-fayda

Yaratma-Oluşturma

Yargı: Kanaat.

Yargı-Hüküm

Yargı-Kanaat

Yasa-Kanun

Yasa-kanun

Yaşam Tarzı (Life style): Bireysel müşterilerin veya ailelerin (hane halkının) yaşama, paralarını ve zamanlarını harcama tarzları, katıldıkları aktiviteler, içinde yaşadıkları dünya hakkındaki fikirleri, tutumları.

Yatay Büyüme: Aynı üretim dalında mal ve hizmet üretecek yeni yatırımlar yaparak, aynı üretim dalında üretim yapan başka işletmelerle bileşilerek veya onları ele geçirerek işletmenin büyütülmesine **yatay büyüme** ismi verilir. Yatay olarak büyüyen işletmenin pazarı büyür, pazardaki hâkimiyeti artar, sermaye yapısı kuvvetlenmiş, yönetimi sağlıklı bir yapıya kavuşturulmuş olur. Yatay olarak büyüyen işletme, kendi çalışma alanında yeni rakip işletmelerin ortaya çıkmasını zorlaştırır.

Yatın-cevap

Yatırım: Belirli bir getiri sağlamak gayesiyle, bir işletmenin alternatif maliyetleri ve risk faktörlerini de göz önünde tutarak, belli vadelerde birikimlerini yatırım araçlarına bağlamasıdır. Mali açıdan **yatırım**, müteşebbisin, belirli bir sermayeyi, mal ve hizmet üretecek bir işletmenin kurulmasına harcaması anlaşılmalıdır. **Yatırım**, gelir getirmeyen bir paranın, mali yatırım olarak, müteşebbisin, belirli bir sermayeyi, mal ve hizmet üretecek bir işletmenin

kurulmasına harcaması. Başarılı bir yatırım gerçekleştirmek için çeşitli yaklaşımlar vardır. Bunlardan günümüzde öne çıkan “demografiye dayalı yatırım” olan ve nüfus verilerine bakarak gelecekteki ihtiyaçların tespitine dayanır.

Yatırım; belirli bir getiri sağlamak gayesiyle, bir işletmenin alternatif maliyetleri ve risk faktörlerini de göz önünde tutarak, belli vadelerde birikimlerini yatırım araçlarına bağlamasıdır. Diğer bir ifade ile **yatırım;** müteşebbisin, belirli bir sermayeyi, mal ve hizmet üretecek bir işletmenin kurulmasına bağlamasıdır.

Yeni Ekonomi: İlimi ve teknolojik gelişime bağlı olarak; pazarları ve işletmeleri yeniden dizayn eden pek çok teknolojik ilerlemeler, globalleşme (küreselleşme), pazarlar üzerinde devlet kontrolünün azalması, özelleştirme ve yeni pazar fırsatları gibi, konulardaki gelişmeler ilginin, “**eski ekonomi**” ve “**yeni ekonomi**” kavramları üzerinde yoğunlaşmasına sebep olmaktadır. Yeni ekonomi anlayışı, sosyal bilimlerde disiplinler arası çalışmanın önemini ortaya çıkardığı gibi, ekonominin sosyal içeriğinden ayırıp, salt teknik bir disiplin gibi, uygulanması eğilimlerinin geçerliliğini sorgulanır hale getirmektedir. Yeni ekonomi yaklaşımını savunanların deneye dayalı araştırmaları ekonomik kararlarda rasyonellikten ziyade duygusallığın ağır bastığını göstermektedir. Oysa ekonominin temel varsayımı olan "homo economicus" kavramı kişilerin ekonomi ile ilgili konularda rasyonel davrandıklarını vurgulamakta ve piyasanın doğru çözümü bulduğu inancı da bu ön kabule dayanmaktadır. Yeni ekonomi, kişilerin ekonomik faaliyetlerini incelerken yalnızca ekonomik değişkenlerden oluşan modellerin yetersiz kalacağını savunur ve çok sayıda gözleme dayanarak ekonomik aktörlerin davranışlarını incelemek ve ekonomik verilere teknolojik, sosyolojik ve psikolojik unsurları da katarak teori oluşturmak gerektirdiğini ifade eder. Kişiler; bilgisizlik, boş zaman tercihi, riskten uzak durma, prestij, mesleki gösteriş, statü, sosyal ve siyasi belirsizlikler ve kişisel ilişkileri bozmama gibi, çeşitli sebeplerle ekonomik menfaatlerini maksimize etmek gayesiyle davranmayabilirler. Çok sayıda ve iç içe olan bu faktörler matematiğe dayalı bir modele dâhil edilebilecek faktörler olduğu gibi, sayı olarak ifade edilemeyecek (sosyal) faktörlerde olabilmektedir. Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişimi ve inovasyon (yenilik) çalışmaları, ekonomi ve iş dünyasını etkilemesiyle 21. y.y son seneleri iş modellerini geliştirmiş ve geleneksel yapı ve faaliyetleri büyük oranda yenilemiştir. 1950’li yıllardan başlayan ve 1990’lı yıllarda olgunluk dönemine erişen ‘**elektronik çağ**’ yerini, yeni medya, dijital ağlar ve yeni temel teknolojilerin ürün ve üretim süreçlerinde esaslı bir role sahip olduğu ‘**yeni ekonomi**’ dönemine bırakmıştır. Bu gelişmeler sonunda “**yeni ekonomi**” olarak isimlendirilen ve ilk olarak 1969 senesinde Peter Drucker tarafından “**Enformasyon Ekonomisi**” olarak isimlendirilen bu süreç, **ağ ekonomisi, bilgi ekonomisi, inovasyon ekonomisi, dijital ekonomi ve yeni ekonomi** gibi, kavramlar hepsi birbirleri yerine kullanılabilen kavramlardır. Temeli bilgiye dayanan bu süreç, yeni bir ekonomik ve siyasi yönetim tarzını zorunlu hale getirmektedir. **İnovasyon;** ilmi, teknolojik, sosyal ve ekonomik araştırmalar sonucu ortaya konan bulguları ekonomik, siyasi ve sosyal düzeylerin bir veya birkaçında uygulayarak toplumsal faydaya dönüştürme gibi, yenilikçilik çalışmalarıdır. İnovasyon ekonomisi; inovasyon odaklı rekabet avantajı, verimlilik artışı, üretim ilişkileri ve iş modellerinin, inovasyon ile açılan pazarların ve değer zincirinin büyümenin temel dinamiği haline geldiği ekonomik faaliyetlerin bütünü ifade eder. Bir ülke ekonomisinin inovasyon kabiliyeti o ülkedeki üniversitelerin kalitesi, risk sermayesine ulaşım, kültürel uyum, patent başvurularının miktarı ve piyasalarının rekabet düzeyi gibi, birçok unsurun beraber değerlendirilmesiyle ölçülür. **Yeni ekonomi anlayışında;** devletin ekonomideki düzenlemelere son vermesinin ve küreselleşmenin hız kazandırdığı bilgi teknolojileri, piyasaların şirketlerin ve kişisel çalışmanın faaliyet tarzlarını değiştirmekte, yeni iş, üretim ve pazarlama stratejilerinin ve yeni organizasyon şekillerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Dijital devrimi ve bilgi sektörünün yönetimini temel alarak, emek yoğun işlerin düşük gelir grubundaki ülkelere kaydırılması, sanayileşmiş ülkeler emek yoğun işlerden, bilgi temeline değer ekleyen bilgi yoğun ürünlere geçmeye yönelir. Yeni ekonomi geleneksel ekonominin aksine fiziki alanda değil ağlar (Network) üzerinde yer almakta ve güçlü ağ içinde yer alan işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlaması yeni dönemin en önemli özelliklerindedir. Eski ekonomi düşüncesi, üretim sektörünü ölçek ekonomisine ulaşma yönünde yönetme düşüncesi üzerine kuruludur. **Ölçek ekonomisi,** bir organizasyonun büyüklüğünden ve iş hacminden dolayı elde ettiği maliyet avantajlarıdır. Yeni ekonomi, ekonominin tüm sektörlerinde beşeri, fiziki ve entelektüel sermayeyi güçlü bir şekilde tamamlayan bir rol üstlenmekte ve bilişim teknolojilerinin üretim ve kullanımı, nitelikli işgücü talebini artırarak beşeri sermaye yatırımlarını harekete geçirir. Geleneksel ekonomide kıt olan kaynaklar değerli ve ekonominin temel çalışma alanı da kıt kaynaklardır ve ekonomi bu kıt kaynakları etkin ve verimli kılmak üzerinde yoğunlaşırken, yeni ekonomide kıt olan değil bol alan değerlidir ve bol olması da çok üretilmesi ve paylaşılması ile ilgilidir. Geleneksel ekonomi anlayışında herhangi bir bilginin rakiplerden saklanması için sıkı tedbirler alınırken, yeni ekonomide ise bilgi işletme içiyle, çevresiyle, kamu kuruluşları ve hatta rakiplerle paylaşılması; bilginin üretilmesi, paylaşılması ve bu yolla çoğaltılması esastır. Yeni ekonomi, bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve dönüştürülmesi ile birlikte pazarlanması ve dağıtımı gibi, üç temel süreci sağlayan bilgisayar sisteminin fiziki araçları ile birlikte, insan yardımı ile bütün süreci kontrol eden yazılım sistemi sayesinde işler. **Yeni ekonominin temel özellikleri:** Bilginin temel üretim kaynağı olması, Dijitalleşme ve sanallık, Şebeke organizasyonlara geçiş, İletişim ağlarına dayanma ve iletişim sektörü, Araçların azalması, Yenilik, Üretici ve müşteri bütünleşmesi, Hız, Küreselleşme, Toplumsal meselelerde farklılaşma, Yeni ekonomi anlayışı ile aynı üründen kitle halinde üretilip toplu reklâm, tanıtım ve satma dönemini geride bırakarak, azınlıkta kalan tüketicilerin hesaba katılması gereği anlaşıldı. Web kavramının işletme (pazarlama) alanına girmesiyle geleneksel satış işlevleri ve faaliyetleri de değişmiş ve geleneksel satış gücünün etkisi sürekli azalmakta yerine ilişkisel (birebir) pazarlama gibi, yeni pazarlama uygulamaları yerleşmektedir. Burada yeni olan pazarlama değil, pazarlamaya bakış açısı veya pazarlamaya bakış felsefesidir.

Yeni Ürün (New product): Pazarlamayı yapan şirket için herhangi bir şekilde yenilik ifade eden ürün.

Yeniden Sipariş Noktası (Reorder point): Yeni siparişin verilmesini gerektirdiği kabul edilen stok düzeyi.

Yenilik (Innovation): Fiziki, işlevsel özellikleri daha önce bilinmeyen, ekonomik değeri olan bir mal veya hizmeti ortaya çıkarma sürecidir. **Yenilik**, bilimsel ve teknolojik araştırmalar sonucu ortaya konan bulguları, pazarlanabilir yeni ürün, yeni sistem, yeni üretim yöntemleri ve yeni toplumsal hizmetlere dönüştürmek veya aynı bulgulardan hareketle, mevcut ürünleri, sistemleri, toplumsal hizmetleri nicel ve nitelik olarak geliştirerek toplumsal faydaya dönüştüren süreçtir. Yenilikleri iki ana sınıflandırmaya tabi tutmak mümkün: **Teknik Yenilikler:** Matematiksel bilimlere dayanan, araştırma geliştirme çabalarının ürünü olan ürün geliştirme ve üretim teknolojisindeki değişimleri içeren, somut çıktılarla ölçülebilen yenilikler. Teknik yenilikler, mal ve hizmet yenilikleri olabileceği gibi, üretim süreci veya üretim yöntemlerinde yenilikler, standartlaşmış kullanıcı tüketici kalıplarını zorlayan yenilikler veya pazarlarda tüketiciyi “yakalayan” yenilikler de olabilirler. **Organizasyonel Yenilikler:** Yönetim, pazarlama veya organizasyon alanlarında yapılan, somut bir çıktısı olmayan yenilikler. Organizasyonel yenilikler, teknik yeniliklere göre işletmelerde daha fazla dirençle karşılaşılır. Çünkü bu tür yenilikler, kişinin sosyal, psikolojik ve kültürel açıdan değişimi ile doğrudan bağlantılı yeniliklerdir. Organizasyonel yeniliklere gidildiğinde karşılaşılabilecek olan bu direnç, geçici ve görece olarak işgücü verimliliğinin düşüşüne sebep olabilir.

Yeşil işletmecilik; karar sürecinde ekolojik çevreyi bir unsur olarak dikkate alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı en aza indirmeyi hedefleyen, böylece ürünlerinin tasarım, üretim ve paketleme gibi, tüm süreçlerini değiştiren, çevrenin korunmasını bir kültür olarak benimseyen, sosyal mesuliyet çerçevesinde topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayıştır.

Yeşil Nokta: AB ülkelerinde çevre bakanlığınca uygulanan bir sistem olarak, temel gayesi; tekrar kullanılabilir ambalaj malzemelerinin toplanmasını ve tekrar kullanılmasını temin etmektir.

Yeşil Pazarlama: Toplumun istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek üzere birtakım değişimlerin meydana getirilmesi ve kolayca uygulanması gayesiyle doğal çevreye en az zarar vermek üzere uygulanan pazarlama faaliyetleridir.

Yeşil Tüketici: Canlıları, çevreyi, diğer ülkeleri tüketim sonucu tehdit oluşturan bir takım ürünleri almaktan kaçınan kişi olarak tanımlanmaktadır.

Yeterli- Kâfi

Yetki (otorite); başkalarını gayelere doğru yönlendirmek ve onlara iş yaptırabilmek için yöneticinin elinde bulundurduğu bir haktır. **Yetki (selahiyet-otorite);** başkalarını gayelere doğru yönlendirmek ve onlara iş yaptırabilmek için yöneticinin elinde bulundurduğu bir haktır. Diğer bir tanımla **yetki;** başkalarını yönetme, onlardan bir şeyi yapmalarını isteme ve karşılığında itaat bekleme hakkıdır.

Yetki devri; organizasyonda bir görev ve yetkinin başka bir yöneticiye aktarılmasıdır. Yetkiler devredilebilir ancak sorumluluklar devredilemez.

Yetkili Bayilik: Franchising (Franchise): Ayrıcalık, imtiyaz, serbest bırakmak) –**Franchising-:** Belli bir ürün/hizmet imtiyaz hakkına sahip bir işletmenin belli süre, şart ve coğrafik sınırlamalar dâhilinde, işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin tam ve doğru bilgi, destek ve know-how sağlamak suretiyle, imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere, yerel pazarlarda faaliyet gösteren diğer bir işletmeye veya işletmelere verdiği imtiyazlardan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir işbirliği. **Franchising:** Sözleşmeye dayalı, direkt bütünleşmiş bir pazarlama sistemidir. Bu sistemde know-how ve markanın imtiyaz hakkı sahibi, belirli süre, şart ve sınırları kapsayan anlaşmayla bağımsız yatırımcılara sistemini ve markasını kullanır. Franchise vermek için öncelikle tanınmış bir marka ve başarılı bir organizasyon olması gerekir.

Yetki-Salahiyet

Yetki-Salahiyet

Yıldırma ve korkutma: Kabadayılık olarak tanımlanan ve kimseden korkmaz, yılmaz görünerek çevresine meydan okuma davranışı ile astlarını yıldırmaya çalışmak etik dışı bir davranıştır.

Yitirmek-Kaybetmek

Yitirmek-kaybetmek

Yoksun-Mahrum

Yoksun-mahrum

Yolsuzluk: Maddi ve başka bir menfaat karşılığında, kamu yetkililerinin kanun dışı kullanımını ifade eder.

Yorum-Değerlendirme-Tefsir

Yorum-değerlendirme-tefsir

Yön-Cihet-Taraf

Yönelme: Planlar yapılıp organizasyon yapısı oluşturularak gerekli görevlendirmeler yapıldıktan sonra bu organizasyonun gayeye ulaşması için harekete geçirilmesi demektir. Yönelme işlevi işletmede görev yapanlara, bunu en etkin ve verimli yoldan yapmaları için yol göstericidir. Üçüncü yönetim işlevi olarak konusu insan olan yönelme işgörenlere liderlik ederek organizasyon gayelerine ulaşmak için onları motive etmek gayesiyle yetki kullanmaktır. Yönelme, yöneticiye bağlı olarak çalışan kişilerin yanında, bütün organizasyon birimlerinin motivasyonunu kapsar. Yönelme değişik kaynaklarda **yürütme** veya **emir-komuta işlevi** olarak kullanılmakta biz daha yaygın olduğu ve yönlendirmeyi de çağrıştırdığı ve konunun içeriğini de tek kelime özetlediğinden yönelme ifadesini kullanıyoruz.

Yönelme; üçüncü bir yönetim işlevi olarak personele liderlik yaparak organizasyon gayelerine ulaşmak için yapacakları iş ve görevlerine çalışanları motive etmek gayesiyle yetki kullanmaktır. Diğer bir tarifile **yönelme;** kuruluştaki yöneticinin astlarının faaliyetlerini yönlendirmesi ve onlara ne yapmaları gerektiğini bildirmesi ile ilgili bir yönetim sürecidir.

Yönetici asistanlığı; sekreterin rutin görevlerine ek olarak bağlı olduğu yöneticinin zamanını iyi şekilde değerlendirebilmesi için gerekli desteği sağlar, işletme içi ve dış ilişkileri arasında bir köprü vazifesi görür, gerekli verileri kullanarak raporlar hazırlar. Yönetici asistanının geniş bir bilgi ve organizasyon kabiliyetine sahip olması gerekir.

Yönetici; kâr ve riski başkalarına ait olarak mal veya hizmet üretmek üzere üretim faktörlerini uyumlu bir şekilde bir araya getiren ve bunları belirli bir ihtiyacı karşılama gayesine yönelten ve yönetim işini bir meslek olarak yerine getiren kişidir. Diğer bir tanımla **yönetici;** her zaman dilimi içerisinde ve değişken çevre şartları altında belirli bir takım organizasyon gayelerini gerçekleştirmek üzere kâr ve riske katlanmadan beşeri, fiziki, finans ve bilgi kaynaklarını planlayan, organize eden, yönelten, koordine eden ve kontrol eden kişidir. **İşlevsel yönetici;** uzmanlaştığı alanının; üretim, pazarlama, satış ve finansman gibi, yalnızca bir organizasyon faaliyetinden sorumlu olan yönetici tipidir. **Genel yönetici;** büyük bir şirket, bunun bir işletmesi veya onun bir alt bölümü gibi, karmaşık bir birimi yöneten ve onun tüm faaliyetlerinden sorumlu olan yönetici tipidir.

Yönetim bilimi; yönetimin nasıl olduğu, nasıl olması gerektiği ve nasıl olacağını inceler ve çeşitli disiplinlerce geliştirilmiş bilgilerin ve analitik (çözümleyici) yöntemlerin birleştirilerek uygulanmasını sağlayan sosyal bir bilim dalıdır. Diğer bir tanımla **yönetim bilimi;** bir organizasyonun yapısı ve işleyişi ile personelinin çalışmalarını inceleyen sosyal bir bilim dalıdır.

Yönetim İşlevi; Kuruluş esnasında belirlenen veya sonradan gözden geçirilen gayelere ulaşmak için; planlama, organizasyon, yöneltme koordinasyon ve kontrole ilişkin teori, model, yaklaşım ve kaidelerin maharetle uygulama sürecidir.

Yönetim; ortak hedefli kişilerin yer aldıkları bir organizasyonun kısa ve etkili yoldan gayelerine ulaşmak için başta insanlar olarak para kaynakları, donanım, demirbaş, hammadde, yardımcı malzeme ve zamanı birbiriyle uyumlu ve verimli kullanacak kararlar alma ve uygulama sürecidir. Diğer bir tanımla **yönetim;** organizasyon hedeflerinin etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi için planlama, organizasyon, yöneltme, koordinasyon ve kontrol işlevlerine ait kavram, kural, teori, model ve tekniklerin sistematik ve bilinçli olarak uygulanmasıdır.

Yönetişim; Birlikte yönetmek, katılımcı yönetim modeli olarak, elbirliği ile yönetim anlayışını ifade eder.

Yönetişim; bir organizasyon içerisinde tüm süreçlerde yönetenle yönetilenin interaktif (etkileşimli = istişareli) ve katılımcı bir şekilde buldukları modern bir yönetim yaklaşımını ifade eder.

Yüksek Hakem Kurulu; Grevin yasak olduğu işyeri ve işletmelerdeki toplu sözleşme görüşmelerinden belirli bir zaman içinde anlaşma sağlanmaması üzerine toplu sözleşmenin imzalanmasına mutlak anlamda yetkili kuruldur. Kurulun aldığı kararlara itiraz edilemez. Aynı zamanda Bakanlar Kurulu'nun grev ertelemeleri ardından anlaşma sağlanamazsa devreye girer ve toplu sözleşmeyi sendikanın onayına veya karşı çıkışına bağlı olmaksızın sonuçlandırır.

Z

Zaman Yönetimi: “Yaşadığın zamanın fırsatını elden kaçırmadınsa vaktin adamı da, genci de, yaşlısı da sensin” Mevlana Zaman, değeri olan ve kişi veya kuruluşlar üzerine baskı yapan ve yönetilmesi gereken evrensel bir kaynaktır. Profesyonelliğin gereği de zamanı akıllıca planlayarak etkin, verimli kullanmaktır. Zaman, ödünç alınamayan, tasarruf edilemeyen, kiralanamayan, satın alınamayan, yenilenemeyen sadece kullanılan ve harcanan bir değerdir. Yapılacak her iş için zamana ihtiyaç var ve “zaman pahalıdır” ve “vakit nakittir” sözleri dile yerleşen atasözlerinden olmuştur. Zaman ölçülebilir ve doğrusaldır ama zamanın her insan için ifade ettiği anlamlarda farklılıklar bulunmasından nispi bir kavramdır. Kişi, toplum ve iş hayatında, referans sistemi olarak zaman kavramının varlığı bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Znelin zamana karşı yarışması, zamanını iyi ve verimli yönetmesi en önemli konulardan birisidir. İnsan hayatında ve işletmede zamanı iyi yönetmek için zaman kayıplarının giderilmesi gerekir. İşletmelerde yapılan bütün işler zamana bağımlıdır. Maaş ödemesi; belirli bir zaman diliminde yapılan çalışmaların yapılmasıdır.

ZEAMET: Osmanlı Devleti'nde topraktan sağlanan senelik vergi geliri 20.000 Akçe ile 100.000 Akçe arasında değişen dirliklerdir. Bu toprak geliri kadı, sancak müftüsü ve subaşı gibi, ikinci dereceden memurlara verilir. Sancak merkezlerinde ya da bu merkezlere yakın olan yerlerdeki bu toprakların gelirleri eğer asker besleme şartıyla sipahilere verilirse, sipahi gelirin ilk 5.000 Akçesini kendine ayırır, gelirin geri kalan her 5.000 Akçesi için tam donanımlı bir atlı asker beslerdi.

Zekâ Türleri – Çeşitleri: 1-Sözel Zekâ. 2-İşsel Zekâ. 3-Mantıksal-Matematiksel Zekâ. 4-Kişilerarası Zekâ. 5-Görsel- Fotoğrafik Zekâ. 6-Bedensel-Kinestetik Zekâ. 7-Müziksel-Ritmik Zekâ. 8-Çevre Zekâsı / **Çoklu Zekâ Teorisi:** Zekânın sayısal olarak sabitlenmesine karşı olduğu için, testlere de karşıdır. Be sebeple zekâ alanlarının tespitinde test dışı tekniklerin kullanılması önerilmektedir. Bu tekniklerden bazıları şunlardır: 1- Gözlem, 2- İşaretleme Listeleri, 3- Dereceleme Ölçekleri, 4- Anekdot Kaydı, 5- Kimdir Bu?, 6- Görüşme.

Zekât: İslâm'ın beş esas şartından birini teşkil etmektedir. İslâm hukukuna göre zekât, bir ihsan veya basit bir sadaka değildir. O, devlet ve toplumun fert üzerindeki hakkıdır. **Zekât,** mal ve paranın paklığını ve helallliğini sağlamak üzere, Allah için malın belli bir kısmını her sene zekât verilecek kimselere dağıtılmasıdır. Zekât nisabı, 20 miskal= 96 gram altındır. **Kelime anlamıyla zekât,** temizlik, artmak, bereketli olmak, iyi ve düzgün olmak manasına gelir. **Dini anlamıyla zekât ise** nisap miktarı zenginliğe sahip olan Müslüman'ın Allah'ın hakkı olanlara verilmesini emrettiği belli miktarda malı vermesidir. Devlet, zekât verip vermeme hususunda mükellefi serbest bırakmaz. Onu, âmilleri (vergi toplamakla görevli kimse) vasıtasıyla toplamak ve yerine sarf etmek zorundadır. Belli şartları taşıyan

her Müslüman'ın vermekle mükellef olduğu zekât, Osmanlı Devleti'nde diğer Müslüman devletlerde olduğu gibi, uygulanıyordu.

Ziraat-Tarım

Zorunluluk- Mecburiyet

Zülkarneyn Peygamberin Öğretileri: Dünyadaki manyetik alanın demirin çarpmasıyla olduğunu bildiren Yakut, bu sayede insanların yönünü bulduğunu aktardı. /**KARA DELİK, İÇİNE GİRENLERİ BAŞKA BİR ÂLEME AKTARIYOR** /Güneşin çekim gücüyle Sedna gezegenini kendine bağladığını söyleyen Kemal Yakut, “Kara delikler ise güneşten 2 milyon kat daha fazla çekim gücüne sahip. Peki, bu kara delik her şeyi içine çekiyor, yutuyor mu? Yutuyor ve başka bir âleme aktarıyor. Hakkında hiçbir deney yok. Çünkü ona girenin bu âlemde işi bitiyor, başka bir âleme aktarılıyor.” şeklinde konuştu. Kara delikten üfürüldüğünde kıyametin kopacağını iddia eden Yakut, “Güneş sisteminin kara deliğe en yakın geçiş tarihini veriyorum; 21 Aralık 2012. Güneş sistemi bu tavaf hareketini 21 bin 516 yılda bir tamamlıyor. Bu tarihte 21 Aralık'ta doluyor.” ifadesini kullandı. Bu olayı çok öncelerden Mayaların bildiğini anlatan Prof. Dr. Yakut, onlara Zülkarneyn Peygamberin öğrettiğini vurguladı. Yakut ayrıca Mayaların yaklaşık 22 bin yılda bir güneşin bir doğudan bir de batıdan doğduğunu tesbit ettiklerini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: “Şu anda doğudan doğuyor. Bundan sonraki süreçte göreceksiniz yoğun bir şekilde depremler olacak. Dünya çapında yanardağ patlamaları olacak. Çünkü dünyanın merkezindeki demir emiliyor. Bu da dünyanın çekim alanına girdiğini gösterir.” Bu demir emilimi dolayısıyla dünyanın ekseninin kaymış durumda olduğu bilgisini veren Yakut, bu olay sebebi ile artık kutupsal bölgelerde yön bulunamaz duruma gelineceğini söyledi. Bu yüzden Sibiry'a da birkaç tane havalimanı kapatıldığını da ekleyen Yakut, “Dünya'daki tüm manyetik elementler özellikle demir içeren tüm varlıklar hızla çekilmektedir. Yani manyetik kutup değişimi başlamış ve Dünya'nın manyetik eksenini Alaska'dan Sibiry'a kadar kaymış bulunmaktadır. Toplu kuş, balık, yarası ölümleri GPS ile ilgilidir. Çünkü hayvanlar yanlış koordinata gittikleri için ölüyorlar.” şeklinde bilgi verdi.