

İnsan kaynakları kurmay yapıda bir departmandır.**

Kurmay: Danışmanlık sağlayan, destek veren anlamına gelir.

Komuta: Emir verir, istediği şeyi yaptırır.

Yönetim: Başkaları aracılığıyla iş görmektir. Eldeki kaynaklarla örgütsel hedeflere nasıl ulaşılacağı ile ilgilidir.

İşletme Döngüsü

Girdi: Personel, para, zaman, enerji, malzeme, ekipman, bilgi, prosedürler. En önemlisi zamandır. Asla geri getirilemez.

İyi bir yönetici, kısıtlı kaynakları en verimli ve etkin bir biçimde kullanan kişidir.

Yönetimle İlgili Temel Kavramlar

1) Etkinlik (Faaliyet)

Doğru işi yapmaktır. Örneğin; Bir pasta dükkanınız varsa ve siz pasta yapıyorsanız etkinsiniz demektir.

2) Etkililik

Amaçlara ulaşma derecesidir. İşi doğru yapmaktır.

Amaçlara ulaşma derecesini gösteren, gerçekleşen çıktının planlanan çıktıyla karşılaştırılmasına dayalı bir değerlendirme ölçütüdür.

Formülü: (Fiili Çıktı / Planlanan Çıktı) * 100

Örneğin; Satış temsilcisisiniz ve yıl sonuna kadar 100 birim satış yapmanız gerekiyor. Eğer yıl sonunda bu rakamı yakalayabilmişseniz etkilisiniz demektir.

3) Verimlilik

Mümkün olan en az girdi ile en çok çıktının elde edilmesidir.

Verimlilik = Üretim Miktarı / Girdi Miktarı

Ham madde verimliliği, iş gücü verimliliği, makine verimliliği vb. şekillerde ayrı ayrı hesaplanabilir.

4) Üretkenlik

Birim zamanda üretilen ürün veya hizmet anlamına gelmektedir. Ahmet ile Mehmet 1 günde 1 araba üretebiliyor. Ahmet bu arabayı 10.000 liraya üretebilirken Mehmet bu arabayı 12.000 liraya üretiyorsa ikisinin de üretkenlikleri aynı, verimlilikte Ahmet öndedir.

Rasyonellik: Akılcılık demektir.

Ürün: Belirli bir ihtiyacı ve isteği doyurma özelliği bulunan her şey (mal veya hizmet) üründür. Fiziksel nesnelere, hizmetler, olaylar, kişiler, yerler, örgütler, fikirler ya da bunların birleşimi.

Ürün Düzeyleri

Çekirdek Fayda (Core Product): Müşterinin gerçekte satın aldığı şey. Elde etmek istediği temel yarardır. Örnek: Cep telefonu satın alınırken aslında satın alınan şeyin iletişim hizmeti olması.

Somut Ürün: Marka adı, ambalaj, tasarım, özellikler, kalite düzeyinden ibaret olan üründür.

Zenginleştirilmiş Ürün: Ek hizmet ve fayda anlamına gelmektedir. Dağıtım, krediler, garanti süresi, satış sonrası hizmetler, kurma ve montaj vb.

Örnek Ürün: Telegram (Anlık Mesajlaşma Programı)

Çekirdek Fayda: Anlık mesajlaşmanın sağlanması

Somut Ürün: Telegram Uygulaması. Anlık mesajlaşma, gif, video, resim, sticker veya emojiğin gönderilebilmesi.

Zenginleştirilmiş Ürün:

- Fotoğraf veya video gönderirken sıkıştırma veya sıkıştırmama seçeneklerinin sunulması.
- Verilerin satılmaması.
- Mesajlara sadece telefonda değil bütün platformlardan ve cihazlardan erişilebiliyor olması.
- Mesajların şifrelenerek gönderilmesi.
- Özelleştirilebilir arka planlar, yazı renkleri, tema seçenekleri
- Farklı platformlardan sesli görüşme özelliği

Örnek Ürün 2: Telefon

Çekirdek Fayda: İletişimi sağlamak

Somut Ürün: iPhone Xr

Zenginleştirilmiş Ürün:

- Yüz tanıma sistemi (FaceID)
- Çift kamera
- Liquid Retina Ekran
- Suya ve toza dayanıklılık

Hizmet ve Mal Arasındaki Farklar

- Soyutluk/Somutluk
- Stoklanabilirlik (Hizmetler stoklanamaz. Mal stoklanabilir)
- Hizmet eş zamanlıdır, üretildiği yerde kullanılır. Mal eş zamanlı değildir.
- Heterojenlik (Çeşitlilik)

Heterojenlik: Hizmet Kalitesi, hizmeti sunan kişiye nerede, ne zaman ve nasıl sunulduğuna göre değişkenlik göstermektedir. Örneğin; Aynı restorantta yediğiniz yemek her zaman aynı olmaz.

Mallar, tüketim malları ve endüstriyel mallar olmak üzere ikiye ayrılır.

Tüketim Malları: Tüketicilerin kişisel ihtiyaçlarını karşılamak üzere satın aldıkları mallardır. Mallar, tüketicilerin onları nasıl satın aldıklarına göre 4 gruba ayrılırlar.

1- Kolayda Mallar

Sıklıkla ya da acilen satın alınan düşük fiyatlı satın almak için çok çaba harcanmayan çok sayıda satış yeri bulunan ürünlerdir. Örnek: Ekmek, su, sakız, diş macunu...

2- Beğenmeli Mallar

Daha az sıklıkla satın alınan, daha yüksek fiyatlı, daha az satış yeri olan, karşılaştırmalı satın alma yapılan ürünlerdir. Örnek: Buzdolabı, mobilya...

3- Özellikli Mallar

Tüketicilerin satın almak için yoğun çaba harcadıkları, yüksek fiyatlı, kendine özgü özellikleri olan marka özdeşleşmesi önemli olan, az sayıda satış yeri bulunan ürünlerdir. Örnek: Otomobil, Bilgisayar...

4- Aranmayan Mallar

Tüketicilerin satın almayı düşünmedikleri mallardır. Örnek: Mezar taşı, kefen, tabut.

Endüstriyel Ürünler: Başka mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılmak ya da tekrar satmak için satın alınan mallardır.

1- Malzeme ve Parçalar

Üretilen malın parçası, ham maddeler, üretim malzemeleri bu gruba girmektedir.

2- Yardımcı Mallar

Üretimi kolaylaştıran ya da tamir, kurulum gibi işlere destek sağlayan mallardır.

3- Donatım Malları

Üretilen malların parçası olmayıp bu malların üretilmesi için kullanılırlar. Örnek: Makinalar, fabrika binaları, demirbaşlar...