

TÜRK İŞLETME TARİHİ ÜZERİNE

Prof. Dr. Oktay Güvemli

Marmara Üni. E. Öğr. Üyesi

Prof. Dr. Batuhan Güvemli

Trakya Üniversitesi İİBF

ÖZ

Her ülkenin işletmeciliği, o ülkenin koşulları içinde oluşur ve faaliyette bulunur. Bu koşulları, gelenek ve görenekler, işletmeyi çevreleyen hukuk oluşturur. İşletme tarihi de bu çerçevede ele alınır ve incelenir.

Bir de işletmenin genel fonksiyonları vardır. Bunlar yönetim, satın alma, üretim, pazarlama, finans, çalışanlar (iş gücü) - girişimci, muhasebe, Ar-ge, halkla ilişkiler olarak sıralanır. Bunlar, işletme tarihi çalışmalarının araçlarıdır. Bu araçların fonksiyonları her yerde aynıdır. Ne var ki bunlar, ülkenin gelenekleri, işletmeyi çevreleyen hukuki koşullara (ticaret hukuku, vergi hukuku, sosyal güvenlik hukuku, bankacılık hukuku, sermaye piyasası hukuku...) göre oluşur.

Türk işletme tarihinin gelişme çizgisi de, bu mantık çerçevesinde oluşmuştur. Anadolu'nun bir geleneği vardır, işletme anlayışı vardır. Bin yıl içinde Türk – İslam sentezi çerçevesinde oluşmuştur. Tanzimat (1839) sonrası ise, batılılaşma süreci söz konusu olmuştur. Yani son yüz elli yılı Türk işletmeciliği, batılılaşma süreci içinde yaşamış ve gelişmiştir. Ve bu süreç içinde çeşitli işletmecilik anlayışına sahip,

Makale Geliş Tarihi : 08.03.2018

Yayın Kurulu Kabul Tarihi : 04.05.2018

farklı kültürlerden gelen girişimciler Türk işletmelerini kurmuşlar ve faaliyete geçirmişlerdir.

XXI. Yüzyılın ilk yarısı ise, Türk girişimcisinin küreselleşme koşullarına uyum sağlama süreci olacağına benzemektedir.

Anahtar sözcükler: İşletmecilik, Türk işletme tarihi

Jel Kodu: M10, M11, M16

ABOUT TURKISH BUSINESS HISTORY

ABSTRACT

Managerialism comes into existence and operates within the conditions of that country. Traditions, customs, and law are the conditions that surround the business. Business history is examined and embraced within this framework.

There are also general functions of the business. These are administration, purchase, production, marketing, finance, personnel, accounting, research and development, and public relations. These are the tools for business history studies. These tools do not change in different environments. However, these are formed within the framework of legal conditions like commercial law, tax law, social security law, banking law, and capital market law.

The development of Turkish business history is formed within this logic. Anatolia has a tradition, a business understanding. It is created within the framework of Turkish - Islam synthesis. Westernization period occurs after the Tanzimat (Imperial Edict of 1839). Turkish business history is developed and progressed during the last 150 years.

Entrepreneurs from different cultures established and operated Turkish businesses.

The first half of the 21st century will be the adaptation period of Turkish entrepreneurship to the conditions of globalization.

Keywords: Business management, Turkish business history

Jel Code: M10, M11, M16

1. TÜRK İŞLETMECİLİĞİNİN GELİŞME ÇİZGİSİ

Bir çok medeniyete ev sahipliği yapan Anadolu'da, MÖ 2000 - MÖ 1700 tarihleri arasında Anadolu'da Hitit kent devletleri ile Mezopotamya'da Asurlular arasındaki uluslararası ticaretin ilk bulguları, Ankara - Çorum - Kayseri üçgeni içinde yer alan Karumlarda yapılan kazılarda çıkarılan kil tabletlerde görölmektedir. Bu kil tabletler, birer ticaret evi olan Karumların kültürünü ortaya koymaktadır. Bu çağ, silah ve gereç yapımı için Anadolu'daki bakır ile karıştırılmak üzere Mezopotamya'daki kalayın getirilme öyküsünü içerir. Karumlar, bu madenlerin yanında başta kumaşlar olmak üzere çeşitli ürünlerin de alışverişlerinin yapıldığı ve kendi özel ticaret hukuklarının doğduğu ticaret merkezleridir. Bunun dışında Gediz ovasında, MÖ 550'lerde ilk metal para bulgularının önemi, alışveriŐi kolaylaştırıp, ticaretin önünü açmasıdır.

Anadolu'nun ticari alandaki bu tarihi zenginliğini, 1000'li yıllarda başlayan ve 1500'lü yılların ortalarına kadar devam eden İpek Yolu ticaretinde de görmek olanağı vardır. Ancak ticaretin, Karumlardan sonra yeniden işletme haline dönmesi, yani süreklilik gösteren bir ticarethane görünümüne gelmesi, kentli Türklerin Anadolu'ya gelip yerleştikleri 1200'lü yılları bulmuştur. Esnaf düzenindeki bu

işletmeler, Ahilik anlayışı çerçevesinde mahalle üretimine dönük kuruluşlardır. Başlangıçta Türk – İslam sentezine dayalı olarak doğan Ahilik düzenindeki bu üretim biçimini Rum ve Ermeni mahalleleri de benimseyince sistem, Lonca düzeni adını almıştır. Esnaf düzeninde, mahalle üretimine dönük yapıdaki bu küçük işletmelerin, Lonca adını taşıdıkları 1600’lü yılların ortalarına kadar geçen süre içinde, benzer konudaki işletmeleri bir araya getiren, sosyal yanları güçlü bir yapı sergiledikleri görülmektedir. Başta Rum ve Ermeni esnaflar olmak üzere birçok esnafın mahalle kabadayıları ve yeniçeriler tarafından rahatsız edilmeleri ve iş yerlerine el koyma eylemlerinin ortaya çıkması üzerine, sistem yeniden bir değişikliğe uğramış ve Gedik düzeni adını almıştır. Gedik düzeni, esnaf işletmesinin babadan oğula, ustadan kalfaya geçmesi esasını benimseyen bir düzen getirmiş olup, XIX. yüzyıl ortalarına kadar varlığını sürdürmüştür. Bu uzun süre devam eden işletme anlayışı, mahalle üretimini, yani küçük işletme tarzını benimsediği için sermaye birikimini önlemiş, dolayısı ile büyük işletmelerin kurulmasını, büyük kitlelere hitap edebilecek üretimin önünü kapamıştır. Türk girişimcinin çağdaş işletmecilik anlayışına geçmelerini güçleştirmiştir.

Esnaf düzeninde mahalle üretimine dönük bu kuruluşlar, sermaye birikiminin oluşmasının önündeki en önemli engel olsa da, bunlar küçük işletmedirler ve Türk işletme tarihinde önemli bir yere sahiptirler.

Türk işletme tarihinin en önemli dönüşümünün Tanzimat (1839) ile başladığını kabul etmek gereği vardır. Tanzimat, Türk toplumunun en büyük batılılaşma hareketidir. Mali ve idari reformlar paketidir. Bunun içinde işletmecilik de vardır. Osmanlı, batı Avrupa’nın kâra dayalı

büyük işletmeler ile zenginleştiğini görmüş, özel kesimin, yukarıda belirtilen nedenler dolayısı ile, sermaye birikimi sağlayamaması karşısında kendisi, devlet iktisadi kuruluşları ile bir sanayileşme hamlesi başlatmaya karar vermiştir. Bu, 1840’larda bir holding anlayışı ile kurulan *Fabrika-i Hümayun*, yani devlet fabrikaları adı ile başlatılan bir girişimdir. Dokuma fabrikaları, halı fabrikaları, demir fabrikası gibi ara ürün üretecek fabrikalar kurulması planlanmıştır. Marmara’nın güneyinde, Ege’de, Trakya’da, Balkanlarda sayısı yüzü aşkın fabrikanın temelini atıldığı görülmektedir. Ama hiçbir alt yapı yoktur. Hukuki alt yapının eksikliği yanında, yeterli mühendis yoktur, işletmeci yoktur, kâr hesaplamaya elverişli muhasebe düzeni yeterli değildir. Zaman zaman Avrupa’dan mühendis getirilir. Ama deneyimsizlik etkisini gösterir ve işletmelerin çok azı faaliyete geçebilir. Bu sanayileşme hamlesi, Türk sanayi tarihinde genellikle başarısız bir sanayileşme hamlesi olarak kabul edilir. Ama Türk işletmeciliğine etkisi büyük olur. İlk deneyimler elde edilir. Eksikler görülür. Önlemler alınması gündeme gelir. Öncelikle ticari hukukun eksikliğini giderme girişiminde bulunulur. Napolyon’un 1807 tarihli Code de Commerce’i 1850’de Kanunname-i Ticaret adı ile yürürlüğe konulur. İslami ticaret kurallarının yanında batı Ticaret Hukuku yürürlüğe girer. Bu, Türk işletmeciliğinde hukuki bir devrimdir. Osmanlı, batı işletmeciliği için başka önlemler düşünür. Özel kesimin örgütlenmesini gündeme getirir ve 1882’de İstanbul Ticaret Odası’nı Cemiyet-i Ticariye adı ile kurar. İşletmeci yetiştirme eksikliğini de 1883 yılında Hamidiye Ticaret Mektebi’ni (bugünkü Marmara Üniversitesi) kurarak gidermek ister. O yıllarda batıda çift yanlı kayıt yönteminin işletmecilikte başarı ile kullanıldığını görerek, bu yöntemin devlet muhasebesinde kullanımına karar vererek öncülük yapmak ister (1879).

Daha önce genellikle esnaf düzeyindeki işletmeler İslam ticaret hukuku çerçevesinde oluşmuşken, Tanzimat ile birlikte Türkiye'ye gelen batı Avrupa'da gelişen ticaret hukuku işletmeciliği biçimlendirmeye başlamıştır. İşletmecilik eğitimine de geçilmiştir. Artık dar bir alana dönük, mahalle için yapılan üretim, yerini daha büyük pazarlara dönük üretime bırakmaya başlamıştır. İslam ticaret hukuku etkisini sürdürmeye devam ettiği için geçiş yavaş olur. Batı Avrupa'daki anonim şirket, limited şirket tarzı işletmelerin kurulmasına, XIX. yüzyılın ikinci yarısında ve özellikle son çeyreğinde yabancı sermaye öncülük yapar. Ve XX. yüzyılın başlarında peş peşe yaşanan Balkan savaşları, Birinci Dünya Harbi ve Türk İstiklal Savaşı tüm gelişmeleri durdurur...

Türk işletmecilik tarihinde batılılaşma sürecinin ikinci hamlesinin Cumhuriyet ile başladığı görülür. Yani çağdaş işletmecilik Tanzimat ile başlamışsa da, Cumhuriyet ile Türk girişimcileri harekete geçirebilmiştir.

Tanzimat'tan (1839) Cumhuriyet'e (1923) kadar olan süreç, çağdaş işletmecilik anlayışına geçiş dönemi niteliğini taşımaktadır. Ama bu dönemde de Türklerin işletmeleri vardır. Birçok aile işletmesi kurulmuştur. XIX. Yüzyılın ikinci yarısında devlet yerli yatırımcıyı, Türk aile işletmelerini gümrük bağımsızlığı ve benzeri önlemler ile özendirmiştir. Ancak çoğu Türk yatırımcı, ... (*baba adı*) ve *mahdumları* şeklindedir. Bunlar arasında uzun ömürlü olanlar vardır, Cumhuriyet döneminde büyüyenler vardır.

Cumhuriyet'in ilk dönemi (1923-1950) farklıdır. 1927 Yılında Sanayi Teşvik Yasası yayımlanır (II. Dünya Harbi dolayısı ile 1942'de kaldırılır). Amaç sermaye birikimi yapamayan özel kesimin yatırımlarını özendirmektir. Bir yandan da iktisadi devlet teşekkülleri,

1933 – 1938 yılları arasında Sümerbank ve Etibank’ın holding olarak kullanılması ile oluşmuştur. Sümerbank mallarını iç pazara sunmak için önemli satış kanalları oluşturur. Bunlar yerli mallar pazarlarıdır. Bu dönemde karma ekonomi uygulaması söz konusudur. Koç grubu, Sabancı grubu bu dönemde Cumhuriyet’in özendirilmesi ile ortaya çıkan sermaye gruplarıdır. Atatürk, *iktisadi devlet teşekkülleri* biçimini, *Fabrika-i Hümayun* denemesinden almıştır. Ama başarılı olabilmek için gerekli önlemleri de almıştır. Önce şu ilkeyi ortaya koymuştur: Yerli ham maddeler işlenecek ve ithal edilen mallar yerli üretilmeye çalışılacaktır. Bu ilkeler doğrultusunda 1930’da sanayi kongresi düzenler. Yatırım konuları ve yatırım yerleri saptanır. 1883 Yılında kurulan ve Cumhuriyet ile birlikte Ulum-ı Aliye-i Ticariye adını alan (bugünkü Marmara Üniversitesi) okulun mezunlarından ve mühendis mekteplerinin mezunlarından yararlanılır. Ve başta Almanya olmak üzere Avrupa’dan danışmanlar ve işletme mühendisleri getirilir. Yatırım planlaması sıkı bir şekilde izlenir. 1938’de Orta Doğu’nun dev sanayi kuruluşları ortaya çıkar. İktisadi devlet teşekkülleri bu topraklarda gerçekleştirilen bir ilktir. Devlet kuruluşlarıdır, ama bütün çağdaş işletme fonksiyonlarına sahiptirler. Büyük kitlelere dönük üretim yaparlar. Çağdaş işletmecilik anlayışı ile yönetilirler. Kâr amacı ile kurulmuşlardır. İktisadi devlet teşekkülleri Türk işletme tarihinde bir dönüm noktasıdır. Çünkü ilk çağdaş işletmelerdir.

1940’larda iktisadi devlet kuruluşlarında yetişen uzmanlar, özel kesimde görev alarak, sermaye birikimini sağlamaya çalışan özel kesim işletmelerinin büyümesine, çağdaş işletmecilik anlayışına uygun yönetilmelerine katkıda bulunurlar. Cumhuriyet’in ilk döneminde Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği’nin oluşturulmaya çalışıldığı görülür. Karma ekonomi anlayışı çerçevesinde, devletin gerçekleştirdiği

iktisadi devlet teşekkülleri öncülüğünde sanayileşmeye çalışılır. Sanayi kuruluşları, yurt içinde dağıtım yapacak çağdaş pazarlama kanalları ile desteklenir.

Cumhuriyet'in ikinci dönemi olan 1950-1980 yılları arası, Türk işletme tarihinde Cumhuriyet'in ilk dönemi kadar çarpıcı gelişmeleri gösterir. Bunun nedeni, 1950'de Demokrat Parti iktidarı ile liberal iktisat politikalarının uygulanmaya başlanmasıdır.

Bu liberal iktisat politikaları, Türk işletme tarihinde yeni bir dönüm noktası oluşturur. Çağdaşlaşmada, batı ile entegrasyonda batılılaşma süreci askıya alınmışsa da, özel kesime dayalı sanayi ve işletmecilik anlayışının en parlak dönemi yaşanır. Devlet, işletmecilik alanından büyük ölçüde çekilir. Mevcut iktisadi devlet teşekkülleri azalarak da olsa, faaliyetlerini sürdürür. Özel kesimin sermayesinin yeterli olmadığı iş konularında - çimento sanayii gibi - devletin yatırım yaptığı görülür. Menderes hükümetlerinin politikası, alt yapı yatırımlarının devlet tarafından, tüketim malları üretiminin de özel kesim tarafından üretilmesi doğrultusundadır. Sermaye birikimi ölçüsünde küçük işletmeler çoğalır. Bunlar, pazarlama kanallarındaki mevcut ticari işletmeler ile bütünleşirler. 1950'de sayısı 2500 dolayında olan sanayi işletme sayısı, 1980'de 8000'i aşar. Üretim aynı ölçüde artmamıştır. Çünkü işletmeler, iktisadi devlet teşekküllerine göre küçük boyuttadır. Daha küçük kapasiteli özel kesim işletme sayısı hızlı bir artış gösterir.

Bu yeni durum, aile işletmeleri şeklinde sayıca önemli artışlar göstermiştir. Büyük sermaye gruplarına bağlı işletme sayısı artışları azdır. Çünkü yeterli sermaye birikimi sağlayan grup azdır. Bu küçük işletmelerin içinden zaman içinde büyükçe sermaye grupları doğacaktır.

Girişimci açısından bu özellikler yanında, küçük işletme sayısındaki artışlar başka sorunlar yaratmaya başlar. Her işletmenin, muhasebeci, pazarlamacı, personel bölümü yöneticisi, teknik sorumlu ve teknik personel gibi ihtiyaçları, önemli boyutlarda ortaya çıkar. Bu, işletmecilik eğitimi almış yüksekokul mezunlarına duyulan ihtiyacı artırır. Bunun üzerine, işletme eğitimi yapan yüksekokullar akademi haline getirilir ve onlar da yeni okullar açarlar. Aynı doğrultuda mühendis yetiştiren akademiler kurulur. Bu eğitim Őekli ile kalite biraz düşer, ama işletme sayısındaki artış dolayısı ile ortaya çıkan iş gücü talebini karşılanmanın başka yolu yoktur. Bu akademi ve onlara bağlı yüksekokullar 1982 üniversite reformuna kadar devam eder ve bu reformla birlikte çoğu akademi, üniversite haline getirilir. Bu dönem, işletmelerin çalışan ve yönetici ihtiyacını artıran ve bu ihtiyaçların akademiler ve bağlı okullar ile karşılanmaya çalışıldığı dönemdir.

Sadece eğitim sistemi değil, yabancı sermaye kanunu liberal iktisat politikalarına paralel olarak yürürlüğe girer. Yabancı sermaye ile oluşturulan işletmeler, batı işletme anlayışı kültürünü Türkiye'ye getirmeye başlarlar. Gücü giderek artan özel kesimin organize hale getirilebilmesi için, TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) için yeni yasal düzenleme yapılır. Odalar sistemi içinde sanayi odalarına ayrı bir yer verilir. Kredi kurumları artan işletme sayısının kaynak ihtiyacını karşılamaya yönelik olarak organize olurlar. 1952'de Türkiye Sınai kalkınma Bankası, 1963'de Sınai Yatırım ve Kredi Bankası, işletmelerin orta süreli yatırım kredisi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulurlar. Bu iki banka kredi verdikleri işletmelere ortak olurlar ve işletme kârlı hale gelince pay senetlerini satarlar. Henüz sermaye piyasası yoktur, sermaye piyasası faaliyete geçmemiştir (1986'da geçecektir), ama bu yatırım ve kalkınma bankaları, sermaye piyasasının oluşmasına öncülük yaparlar.

Bunlar ve benzeri önlemler, sayısı giderek artan işletmelerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. Mevcut iktisadi devlet teşekkülleri disiplin içinde varlıklarını korumaya çalışırlar. Az sayıda da olsa yenileri kurulur.

1950- 1980 Yılları arası, Türk işletme tarihinde karma ekonomiden liberal ekonomiye geçişin getirdiği yenilikler ile dolu bir dönemdir. Bütün iktisadi politikalar, artan özel kesim işletmelerinin ihtiyaçlarının karşılanmasına dönük nitelik taşır. Dönemin sonuna doğru, küçük işletmeler büyümüş ve Türk ekonomisinde özel kesim işletmeleri söz sahibi olmaya başlamıştır. İç talebin karşılanmasına ve ithalat ikamesine dönük işletmelerin kurulması söz konusu olmuştur. İşletmeler, zaman zaman döviz dar boğazı ile karşılaşırırlar, zaman zaman para değerindeki düşüşler (enflasyon) ile karşılaşırırlar. İşçi ve işveren Sendikaları kurulur. Kapitalist düzen kendisini kabul ettirmeye başlar. İşletmeler büyürler, yeni ortaklıklar oluşur. Bu dönem, Türk özel kesiminin, liberal ekonomi içinde işletmeciliği öğrenmeye başladığı dönemdir.

Zaman zaman kapitalist düzenin istenmeyen eğilimleri ile de karşılaşılır. Eskişehir merkezli halka açılma deneyiminde Hastaş olayı patlak verir. Başarısız bir halka açılma deneyimi yaşanır. 1960'larda sanayi hamlesi başlatan Almanya ve öteki Avrupa ülkelerine giden Türk işçiler, Türkiye'de yerli ham maddeye dayalı işletmecilik alanındaki yatırımlara katkıda bulunmak isterler ve Türkiye'de kendi bölgelerinde üretim işletmeleri kurmaya başlarlar. Ama yatırımcısı, sermayedarı yurt dışında bulunan bu işletmeler, yatırım konusunun yanlış seçilmesi, yönetimlerindeki yanlışlıklar gibi nedenler ile güç durumda kalırlar. Ve bu sahihsiz işletmeler, liberal ekonominin kurbanı olurlar. Bu iki

olay ve benzeri olaylar 1970-1980 yılları arasında yaşanır. Türkiye'nin liberal iktisat politikalarının az sayıdaki hataları olarak görülür.

Ama bu hatalar fazlalaşmaz ve çoğu aile işletmesi büyür; bu dönem, işletmecilik tarihinde önemli bir yer almaya başlar. Bu dönemin bir başka özelliği, işletmelerin Anadolu'ya yaygınlaşmaya başladığı dönem olmasıdır. Bunlar, ya yöresel talebin karşılanmasına ya da yerli ham maddelerin işlenmesine dönük kuruluşlardır. Bankacılık kurumları ve yukarıda sözü edilen yatırım ve kalkınma bankaları, Anadolu'ya yatırımları destekler ve yeni kurulan işletmelerin yanında olurlar. İşletme tarihi çağdaş anlayışa uygun işletmeler ile tanışmaya başlar. Bu işletmeler, faaliyetlerini planlama ile sürdürürler. Bütçe düzenlerler. Teknolojilerini geliştirirler, pazarlama kanallarına yatırım yaparlar. İlk girişim sahiplerinin düşük seviyedeki eğitimi, ikinci kuşak ile yükselir. Yüksek eğitimli kuşak, bu dönemin sonlarına doğru doğmaya başlar. Ve yine bu dönemin sonlarına doğru, çimento sanayii gibi, otomotiv sanayii gibi büyük sermaye isteyen yatırım konuları ile özel kesim ilgilenmeye başlar. Artık özel kesim belirli ölçüde de olsa, sermaye birikimini gerçekleştirmiştir.

1980 Geldiğinde, otuz yıllık deneyim, işletmeleri artık yurt dışına açılmaya, yurt dışı ile ilişki kurmaya hazır duruma getirmiştir. İthalatçı olan işletmeler, yavaş yavaş da olsa, dış satıma hazır hale gelmeye başlarlar.

1970'lerin sonlarına doğru yaşanan döviz dar boğazı işletmeleri sıkıntıya sokar. Kendi dövizini kazanmak için yurt dışına açılmayı düşünmeye başlarlar. Ama döviz dar boğazının aşılabilmesi için Turgut Özal ve onun liberal düşüncelerinin gündeme gelmesi gerekmektedir. Ülke iktisadi yapısının, işletmelerin dış pazarlar ile

tanışması gereği ile karşılaşılır. Asırlardır, ithalatçı olan toplum, artık dışsatımı düşünmek gereğini duymaya başlar. Ama bunun için önce iç dinamiklerin gerekseme duyduğu başlangıç dövizinin bulunması gereği vardır. Dünya Bankası'na gidilir, borç verebilecek kaynaklara yönelik çalışmalar başlar. İşletmelerin teknik yapılarının dış satıma hazır duruma getirilmesi için dövize ihtiyaç vardır. Bunun için döviz verecek kuruluşlar, muhasebe denetimi isterler, tekdüzen hesap planı isterler... Yani verecekleri borcun izlenmesinin gereklerinin yerine getirilmesini beklerler. Önce büyük uluslararası denetim şirketleri Türkiye'ye gelir. Hesap düzenindeki bu alt yapı istekleri, TÜRMÖB' un kuruluşu ve tekdüzen hesap planının oluşturulması da dahil on yıl içinde yerine getirilir.

1980 Sonrası dışa açılmada Türk inşaat sektörü öncülük görevini üstlenir. Yurt dışı müteahhitlik hizmetleri sektörü doğar. Bunlar katma değeri yüksek yurt dışı inşaat hizmetlerini, Türk işçi gücünü ve mühendisliğini yurt dışına götürerek gerçekleştirmeye başlarlar. Böylece işletmeler kendilerini birdenbire yurt dışında bulurlar. Bunları, yurt içinde inşaat malzemesi üreten kuruluşların yurt dışına dönük üretim yapmaları izler. Ve böylece, inşaat malzemesi üreten işletmeler, yurt dışı standartlarına uygun üretimi gerçekleştirmek öncülüğünü üstlenmiş olurlar. Beyaz eşya üretim dünyası ve hazır giyim üretim dünyası başta olmak üzere, otomotiv sanayi ve otomotiv yan sanayii ve öteki sektörler cesaretlenir ve yavaş yavaş yurt dışına satış, Türk işletmeleri için alışkanlık haline almaya başlar.

1980 – 1990 Yılları arasında Türk işletmeleri, Türk işletme tarihinde yeni bir dönüm noktası yaşamaya başlarlar. Bu, 1950-1980 yılları arasında işletmelerin geçirdiği deneyimlere dayalı bir geçiş

dönemidir. Çünkü işletmeler büyümüş, üretim yapmayı, iç ve dış pazarlara satış yapmayı öğrenmişlerdir. Artık yurt dışını düşünmek durumuna gelmişlerdir. Devlet de bu iş için üreticinin yanında olmuş ve bir süre dış satımdan gelen dövize prim dahi verme düzenini kurmuştur. 1990'lı yıllarda artık Türk işletmeleri kendi dövizini bulma yollarını öğrenmiştir. Artık işletmeler uluslararası düzene uyum sağlama aşamasını yaşar durumdadır.

1980 Yılında başlayan dönemin, Türk işletme tarihinde önde gelen önemi, işletmelerin yurt dışına dönük üretim yapabilmek için, tedarikten üretime, oradan satışa dönük yenilikleri öğrenmeleri olmuştur. Denetim alt yapılarını da imkan ölçüsünde geliştiren işletmeler kısa süre içinde, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının oluşturulmasını sağlamışlar, yabancı sermayeli kuruluşlar Türk işletmeleri ile birlikte faaliyete geçebilmişlerdir. Böylece uluslararası niteliklere sahip duruma yaklaşan Türk işletmeleri, küreselleşen ekonominin koşullarına uygun duruma gelmeye başlamışlardır. Türk işletmelerinin dışa açılma sürecini yirmi yıl gibi kısa bir sürede başardıkları görülmektedir.

2005'de hazırlanıp, 2011'de yasalaşan ve 2012'de yürürlüğe girebilen yeni Türk Ticaret Kanunu'nun önemi, Türk işletmelerini küreselleşmeye hazır duruma getirmeye çalışmasıdır. Çünkü Türk işletmeleri artık uluslararası arenada faaliyet göstereceklerdir. Yeni Türk Ticaret Kanunu üzerinde bu açıdan fazla inceleme yapılmış değildir. Şu da yapılmış değildir: Türk işletmeleri küreselleşmeye nasıl uyum sağlayacaklardır. Bu sürecin çok yönlü olarak ele alınması, teknoloji, vergicilik, denetim, kayıt dışı ekonomi, sermaye piyasası, işletme yönetiminde gerekli yenilikler gibi açılardan alt yapıların gözden geçirilmesi gereği vardır. Muhasebe dünyası, hem uluslararası

muhasebe standartları ve hem de uluslararası denetim standartları açısından bir arayış içindedir. Benzer arayış, işletmelerin öteki özelliklerinde de sürmektedir. Şimdilik ağır işleyen bir süreç içinde görülen işletmelerin küresel ekonomi boyutuna geçebilmeleri için çok yönlü desteğe ihtiyaçları vardır. Uluslararası işletme olabilmek için yaşanan bu sürecin kolaylaştırılmasında yarar vardır. Yoksa Türk işletmeleri, bundan önceki süreçlerde olduğu gibi bu süreci de başarırlar. Yeter ki, alt yapı hazır duruma getirilsin...

Yukarıda üç bölüm halinde ele alınan Cumhuriyet döneminin, dördüncü dönemini oluşturan uluslararası işletmecilik anlayışının özellikleri konusunun yeterli düzeyde incelendiği ve eksiklerin saptanmasında yeterli çalışmalar yapıldığı söylenemez. Türk işletmeleri de bu tarihi dönüş noktasını kendi açılarından yeterli şekilde henüz incelemiş değildir. Türk işletme tarihinin gelişim çizgisi, uluslararası işletmecilik anlayışı için yeni çalışmalara ihtiyaç olduğunu söylüyor... Öte yandan, XXI. yüzyılın başlarında başarılı Türk işletmelerinin yabancı sermaye tarafından satın alınmalarının getireceği yeni ortamın dikkatli bir şekilde değerlendirilmesinde yarar vardır.

Bu bölümü tamamlamadan önce belirtilmesi gereken husus, girişte belirtilen Karum ticaret evleri ile tarihte ilk küresel ekonomi kültürünü yaşamış olan bu toprakların çağdaş küresel işletme çizgisinde de başarılı olması beklenir.

Bu açıklamalardan sonra, işletme tarihi araştırmalarında gerek duyduğu öteki konular üzerinde durulması gereği vardır. Öncelikle bilimsel açıdan işletmeciliğin ele alınmasında yarar vardır. Bu da işletme fonksiyonlarıdır. Bu yaklaşımın nedeni, işletmenin gelişiminde, işletme fonksiyonlarına uyumun önem taşımasıdır.

2. İŞLETMENİN FONKSİYONLARI VE İŞLETME TARİHİ

Konuya bilimsel açıdan yaklaşım yapabilmek için işletme biliminin fonksiyonlarına bir göz atmak gereği vardır. Gençliğini İstanbul'da geçiren ve babası Galata köprüsünün mühendisi olan, Fransa'da maden şirketinde yöneticilik yapan Fransız mühendis Henry Fayol'un (1841-1925) bugün de büyük ölçüde geçerli olan altı işletme fonksiyonu aşağıdaki gibidir.

- 1. Teknik faaliyetler* (üretim faaliyetleri),
- 2. Ticari faaliyetler* (alım – satım faaliyetleri),
- 3. Finans faaliyetleri* (Para bulma ve kullanma faaliyetleri),
- 4. Muhasebe* (Hesaplaşma kayıtlarının yapılması, faaliyet sonuçlarının çıkarılması, dönem sonu mali tablolarının düzenlenmesi ve istatistiki bilgilerin çıkarılması),
- 5. Güvenlik faaliyetleri* (işyeri ve iş görenlerin her türlü riske karşı korunması),
- 6. Yönetim faaliyetleri* (başta insan gücü olmak üzere, parasal kaynakları, alacaklar, stoklar gibi varlıkları, makine ve demirbaşların verimli ve etkin biçimde kullanımını mümkün kılacak kararları alma ve uygulama faaliyetleri).

Fayol'un bu altı fonksiyonu zamanla gelişmiş, bunlara yenileri eklenmiştir.

Bugün işletme bilimi, işletme fonksiyonlarını aşağıdaki gibi sıralamaktadır.

Yönetim – girişimci; Satın alma; Üretim; Pazarlama; Finans; Çalışanlar – insan kaynakları; Muhasebe; Ar-ge (araştırma – geliştirme); Halkla ilişkiler.

Yukarıda birkaçının kısa tanımı yapılan bu fonksiyonların, bilimsel açıdan özellikleri üzerinde aşağıda durulmuştur.

2.1. Yönetim

Çağdaş nitelik taşıyan bu fonksiyonlardan yönetimin üç özelliği vardır. Bunlardan ilki, yönetimin hem bir sanat ve hem de bilimsel bir süreç olmasıdır. İkincisi, yönetimin özünü insanların ve bunlar arasındaki ilişkilerin meydana getirmesidir. Üçüncüsü de insanlar arasındaki ilişkilerin, sonucu sağlayan iş birliğinin belirli bir amaca yönelmiş olmasıdır. Ancak yönetimin özelliklerini bunlarla sınırlamak doğru değildir. Nitekim, yönetimin beşeri özelliği, grup özelliği, hiyerarşik yapı özelliği, işbölümü, uzmanlaşma özelliği, demokratik olma özelliği, evrensellik özelliği, bireyci özelliği, amirlik özelliği, süreç olma özelliği, yaratıcı olma özelliği, haberleşmeye dayalı olma özelliği, rasyonelliğe dayanma özelliği, ve meslek olma özelliği de vardır. Öte yandan yönetim, karar alma, uygulama ve karşılaştırma sürecine sahiptir. Türk işletme tarihi açısından girişimci fonksiyonunu ayrıca ele almakta yarar vardır. Bu konu aşağıda ayrı bir bölüm halinde ele alınacaktır.

2.2. Tedarik

Geniş anlamda tedarik, işletmenin üretimde bulunabilmesi için, gerekseme duyduğu üretim faktörlerinin temin edilip, üretim için hazır duruma getirilmesi faaliyetlerini kapsar.

2.3. Üretim

Üretim, mal ve hizmetlerin kullanıma hazır hale getirilmesidir. Bir sanayi kuruluşunda, üretim için dört unsurun bir araya getirilmesi gerekir. Bunlar, duran varlıklar (makine ve donanım), insan gücü, malca sarflar (ilk madde, yardımcı madde, işletme malzemesi – bunlara ambalaj malzemesi de eklenebilir.) ve enerjidir. Tedarikte de bunların edinilmesi söz konusudur.

2.4. Pazarlama

Pazarlama faaliyetleri, üretilen mal ve hizmetlerin fiyatının belirlenmesi, markasının konulması, dağıtım kanallarının oluşturulması, reklamların yapılması, ambalajlama, depolama (ve sergileme), taşıma, satma, müşteri memnuniyetinin saptanması faaliyetlerini kapsar.

2.5. Finansman

İşletmenin mal ve hizmet üretebilmesi için finansal olanaklara gerekmesi vardır. Finansman fonksiyonu, ihtiyaç duyulan fonların temini, bu fonların en uygun biçimde kullanılmasıdır. Finans bilimi açısından buna, işletmenin faaliyetlerini ödeme sıkışıklığı ile karşılaşmadan sürdürülebilmesi denir. Veresiye alım ve satım işlevini, gerektiğinde borç alabilme işlevini amaçlar.

2.6. İnsan Kaynakları

İnsan kaynakları, en üst konumda bulunan yöneticiden, en alt kademedeki vasıfsız işçilere kadar tüm insan kaynaklarını kapsar. Buna işletme dışında olup, işletmenin yararlanabileceği (danışman, denetçi, hukukçu gibi iş gücü ile elektrikçi, tamirci gibi teknik yardım alınabilecek) iş gücünü eklemek gereklidir. İnsan kaynakları konusunda yönetiminin iki temel amacı vardır: Bunlardan ilki, çalışanların bilgi,

beceri ve yeteneklerini istekle işe koymalarını sağlayarak, iş görenlerin verimliliklerini artırmak; ikincisi de, iş yaşamının kalitesini yükseltmek, yani çalışanların performanslarının attırılmasını sağlamaktır.

2.7. Muhasebe

İş olgularının kayıtlarını, sınıflandırarak tutmak, raporlamak, dönem sonu mali tabloları (bilanço, gelir tablosu, fon akış tablosu gibi) düzenlemek. Bütçe, planlama işlerini yürütmek, istatistikleri hazırlamak, iç denetleme yapmak, dış denetimden hizmet almak. Daha geniş anlamda verimlilik ve kârlılık hesaplamaları yapmak.

2.8. Ar - Ge (Araştırma – Geliştirme)

Hızlı değişme ve gelişmelerin yaşandığı çağımızda, işletmenin varlığını sürdürebilmek, küresel ekonomi içinde rekabet olanağına sahip olabilmek için, sektöründeki yenilikleri izlemek ve kendisinin de olanakları ölçüsünde araştırmaya önem vermesi gerekmektedir. Biraz daha ayrıntılı olarak ortaya koymak gerekirse, bunun için teknolojik yenilikleri izlemek, bunlardan yararlanarak, ürünlerini geliştirmek ve böylece kalitede, fiyatta rekabet olanaklarına sahip olmak gereği vardır.

2.9. Halkla ilişkiler

İşletmenin çevre desteğini sağlamak için yapmış olduğu planlı çalışmalardır. İşletmenin imajının, çevreye olumlu olarak yayılması işlevidir.

Bu işletme fonksiyonları, işletme tarihi çalışmalarında araştırma konuları olma özelliğine sahiptir. Yani bu fonksiyonların işletme tarihindeki ilginç noktaları, onun yaşamındaki renkliliği oluşturur.

İşletmenin başarılı ya da başarısız yanları, bu fonksiyonların gereği gibi uygulanma durumunun incelenmesi ile ortaya çıkar.

3. GİRİŞİMCİ – SERMAYEDAR VE İŞLETME TARİHİ

Her işletmenin bir girişimcisi vardır. Fikir sahibi o'dur. UŐak Şeker fabrikasını kuran Nuri Şeker, UŐak'ta tatlı (helva) üreten bir esnaftır. UŐak topraklarında Şeker pancarı üretimini görür ve Türkiye'de ilk Şeker fabrikasını kurmaya teŐebbüs eder (1925). Ve iki senede fabrikayı kurar. Ama sermayesi yetmez. Yani sermayedar olamadığı için faaliyete geçtikten birkaç sene sonra yönetimi kaybeder. Yani sermayedar olmak ya da işletme için yeterli kaynaklara ulaşabilmek, girişimci için gereklidir. İşletme tarihi böyle söylüyor. Türkiye benzer örneklerle doludur. Girişimci ve sermaye sahibi olmak kavramları, küçük işletmelerde birliktedir. Ama işletmeler büyüdükçe ve zamanla sermaye piyasası geliŐtikçe bu iki kavram birbirinden, bir ölçüde ayrılmaya başlar. Ama kopmaz. Çünkü, girişimci her zaman öncü sermayedar olur. Yani genellikle, sermayenin bir parçasına sahiptir.

Anadolu'da birçok ticaret evinin tabelasında... (*baba adı*) ve *oğulları* yazar. Yani baba ve oğulları... Başka ülkelerde de böyledir. Bu ticarethanenin, babadan oğula geçen bir niteliği var demektir. Őimdi bu tabelalara rastlanmıyor. Çünkü oğullar eğitimden sonra farklı iş konularına geçebiliyorlar. Ve Şirketleşme de öne çıkmış durumda. Bu durum, aile işletmelerinin zaman içinde ve gelişen-değişen ekonomi içinde sermaye Şirketi haline gelmelerinden de kaynaklanıyor olabilir.

Türk işletme tarihinde önce girişimci vardır, girişimci aynı zamanda bir gelişme, büyüme noktasına kadar yöneticidir. İşletme sayısı artınca girişimci, gurubun üst düzey yöneticisi olur. Çocukları

işletmelerde görev alır ve yetişir, daha sonra da üst düzey görevi genellikle büyük çocuğuna devreder. Eğer çocuklar işletmeleri aralarında bölmezlerse... Türkiye’de XIX. yüzyılın ikinci yarısının sonları ve XX. yüzyılın ilk yarısı ve ortaları böyle yaşanmıştır. Özel kesim sermaye birikimi sağlamaya başladıktan sonra durum değişmiş ve Türkiye 1980’lere kadar bir Holdingleşme dönemi yaşamıştır. Buna, holding (ortak şirket) kanalı ile kârın vergilendirmeden devrinin mümkün olması etkide bulunmuştur.

Sermaye grubu büyüyüp, gruba bağlı işletme sayısı artınca, özellikle XX. yüzyılın ikinci yarısında gruplar, yeni bir girişimci anlayışı ile hareket etmeye başlamışlar ve böylece profesyonel yönetim kavramı öne çıkmıştır. Bu profesyonel yönetici kadrolarından, zamanla yeni girişimciler ve yeni bağımsız işletmelerin ortaya çıkmaya başladığı görülmüştür. Oğulların ayrılıp yeni işletmeler kurmaları yanında, ikinci girişimci grubunu bu profesyonel kadrolar oluşturmaya başlamışlardır. Bu profesyonel kadrolardan girişimci olarak ortaya çıkan ekipler sadece yüksek seviyede yöneticiler değildir. Teknik personelin ve teknik yöneticilerin de ayrılıp girişimci olma özelliğini taşıdığı görülmektedir. Ülkenin kredi mekanizmaları ve küçük sermaye ile işe başlamanın olanaklı olması bu yolun açılmasına neden olmuştur. Bu, gelecekte büyüyecek olan küçük işletme – küçük girişimci modelidir.

Sermaye birikimi oluştuğça, sermayedar kavramı, sermaye grubu haline dönüşmüştür.

Eğitim açısından, XIX. yüzyılın ikinci yarısında ve XX. yüzyılın ilk yarısında girişimcilerin, işin teknik yanını bilen, işi yaparken kendini eğiten kimseler olduğu gözlenmektedir. Girişimcilikte teknik eğitimin öne çıkması XX. yüzyılın ikinci yarısının ortalarında önem

kazanmaya başlamıştır. Sermaye grubunun yönetiminde görev alan eğitimli yönetici sayısı halen gelişme evresindedir. Bu durum, büyük sermaye gruplarının sayısının azlığından kaynaklanmaktadır. Büyük sermaye grupları sayısının, yeterli yönetici kadroları ile fazlaşmasının, ülkenin küresel ekonomi içinde başarılı olmasını kolaylaştırıcı bir etken olduğunu unutmamak gerekir.

Girişimci – küresel ekonomi bağıntısı ayrı bir önem taşımaktadır. Türk girişimcisinin şimdiye kadar başarısı, yurt içine dönük üretim yapmayı becermesi ile ortaya çıkmıştır. 1980’lerde ülke ekonomisinin yurt dışına açılmaya başlaması ile girişimci, yurt dışı koşulları ile tanışma sürecine girmiştir. Bu demektir ki, girişimcinin küresel ekonomiyle tanışması çok yenidir. Ve Türk işletmeleri yeterli deneyime ve deneyimli kadrolara sahip değildir. Uluslararası teknoloji, uluslararası yönetim anlayışı, işletme çalışmalarının uluslararası koşullara adaptasyonu önemli bir deneyim sürecini gerektirir. Yabancı dil bilgisinden, yurt dışı koşulları tanımaya kadar uzanan bir dizi deneyime işletme kadrolarının sahip olması söz konusudur. Bunun için uluslararası muhasebe standartlarını, denetim standartlarını ve raporlama standartlarını uygulamada güçlük çeken, bunun yollarını araştırma aşamasında olan bir Türkiye’nin, başka konularda da küresel ekonomiye hazır olmadığı açıktır.

Türk işletmelerinin küresel ekonomiye hazır duruma gelmeleri konusunda henüz ciddi araştırmalar yapılmış değildir. Bu, farklı etkenlerin incelenmesini gerektirir. Yanıtlanması gereken birçok soru vardır: Türk girişimcisinin yabancı ortakla ve yabancı personelle çalışma kültürü yeterli midir? Yurt dışında işletme kurmaya hazır mıdır? Ne ölçüde teknolojik gelişmeleri izleyebilmektedir? Yurt dışı pazarlama

olanaklarını inceleyebiliyor mu? Malı satacağı ülkelerin tüketim alışkanlıklarını nasıl inceleyecektir? Yabancı sermaye piyasalarından kaynak sağlayabilir mi...?

Bunun için Türkiye’de yatırım yapan yabancı işletmelerin adaptasyon süreçlerinin incelenmesi önem taşımaktadır.

Doğaldır ki, ülkenin yasal düzeninin ekonomik küreselleşmeye hazır durumda olup, olmadığı da önem taşımaktadır. Vergicilik anlayışında, döviz hareketlerinde ne gibi pürüzler ile karşılaşılabilir? Teknik ve yönetim açısından lisans düzeyindeki eğitim sistemi ne gibi önlemleri alıyor? Ya da ne gibi önlemler almalıdır?

Bu soruları çoğaltmak olanağı vardır. Söylenebilecek husus, uluslararası iletişim ve ulaşım olanaklarının küresel ekonomi için gerekli alt yapıya, öteki koşullardan daha fazla elverişli halde olmasıdır. Türk girişimcisinin alışkanlıkları açısından aynı olumlu görüşü öne sürmek olanağı zayıftır. Ama Türklerin adaptasyon gücünün de azımsanmayacak ölçüde olumlu olduğu unutulmamalıdır.

4. İŞLETME TARİHİ ARAŞTIRMALARINDA YARARLANILAN ARAÇLAR

İşletme fonksiyonları açıklanırken üzerinde durulduğu üzere, işletmenin tarihi gelişiminde, bu fonksiyonların uygulanması inceleme konusu yapılabilir. Yani sözü edilen fonksiyonların uygulanmasında geçmişte yaşananların incelenmesi, işletme tarihinin konusunu oluşturur. Başka bir deyişle bu fonksiyonların geçmişten gelen verileri, işletme tarihi incelemelerinin araçlarıdır. Konunun daha açıklıkla ortaya konulabilmesi için, bu fonksiyonların birkaçı ele alınarak, onların inceleme konusu olabilecek verileri üzerinde durmak uygun olabilir.

4.1. Yönetim Fonksiyonu Verileri

Yukarıda üzerinde durulan girişimci- sermayedar – profesyonel yönetici üçgeni, Türk işletmelerinin tarihinde önemli araştırma konularını oluşturur. Çünkü çoğu işletmenin kökeninde teknik ustalık vardır, küçük üretim birimi vardır. Çoğu işletmenin kökeninde bu küçük üretim biriminin nasıl büyüdüğünün öyküsü yatar. Bu durum, Lonca düzeninden gelen bir özel kesim yapısının tipik özelliğidir. Tarihte sermaye birikimi yapamamış bir özel kesim vardır. Dolayısı ile Türk işletmelerinin küçük üretim birimi olarak kurulmuş olması geleneksel bir durumdur. Böyle olunca girişimciliğin babadan oğula geçmesi, farklı kuşakların işletmecilik anlayışının birbirini izlemesi kaçınılmazdır. Türk işletmecilik tarihi, babadan oğula geçen girişimcilik öyküleri ile doludur. Bu öyküler, Osmanlıdan – Cumhuriyet’e uzanan çizgide yaşanan zaman diliminin özelliklerini ortaya koyar. XIX. Yüzyılın ikinci yarısında ve XX. yüzyıl başlarındaki babadan oğula girişimciliğin geçmesi öyküleri ile sermaye birikiminin sağlanmaya başladığı 1950 sonrası işletmelerde girişimciliğin babadan oğula geçmesi arasında büyük farklar vardır. İlk esnaf düzeyindeki işletmenin devam öyküsü, ikincisi de çağdaş işletmecilik anlayışının birbirini izleyen iki nesil açısından konunun ele alınması ile ilgilidir. İlk babadan oğula geçme öyküleri, geleneksel yapının devam etmesi ile ilgilidir. Bu geleneksel yapı, eğer 1950’lere kadar devam etmişse, torunların yeni koşullara uyum sağlama ya da sağlayamama sorunu, işletmenin tarihinde önemli dönüm noktasını oluşturur. 1950’lerde girişimciliğe başlayan ve zamanla büyüyen aile işletmesinde dededen toruna uzanan girişimcilik öyküsü, özel kesimin sermaye birikimi öyküsüdür. Bu öyküler, işletmenin girişimci kadrosunun ve işletme yönetiminin yeni ve değişen koşullara uyum sağlama sürecinin olayları ile doludur.

XIX. Yüzyılın ikinci yarısı, XX. yüzyılın başları, Cumhuriyet'in 1923 – 1950 arasındaki dönemi ve 1950 sonrası liberal iktisat politikalarının uygulama dönemi, koşulları birbirine benzemeyen dört dönemdir. Siyaset benzemez, iktisadi yapı benzemez. İlk dönemde klasik Osmanlı devletçi iktisadi yapısı vardır. Yüzyılın başları savaşlarla dolu bir dönemi ifade eder. Savaş ekonomisinin egemen olduğu bir dönemdir. Cumhuriyetin ilk dönemi, yoksulluk içinde var olma mücadelesi veren devrimin karma ekonomi ile var olma dönemidir. Bu dönemde her alanda çağdaşlaşma çabası görünür. 1950 Sonrası öteki dönemlere hiç benzemeyen liberal iktisat anlayışına geçiş dönemidir.

Bunlara ek olarak, XX. yüzyılın sonlarında (1980) başlayan dışa açılma ve küreselleşmeye yönelme çabalarını beşinci bir dönem olarak görmek olanağı vardır. Her dönemin koşulları işletmeciliği farklı etkiler, iş anlayışı her dönemde farklıdır. Eğer bu beş dönemi yaşayan bir işletme varsa ki, çok sayıda vardır. Bu işletmelerin var olma öyküleri, girişimciliğin babadan toruna ve onun torununa, birkaç nesil boyunca geçmesinde yaşananlar, değil sadece Türkiye'de dünyada ilgi uyandıracak niteliktedir.

Yukarıda sıralanan beş siyasi, sosyal ve iktisadi değişim dönemleri, Türk işletmeciliğinin renkliliğini ortaya koyar. Zenginliğini gösterir. Ve işletme tarihinin en ilginç sayfalarını oluşturur.

4.2. Üretim Fonksiyonu Verileri

Üretimin işletme tarihinde araç olma özelliğini etkileyen faktörler çoktur. Tedarikten başlar, yerli ham maddenin kullanılmasını ve tarım- sanayi işletmesi iş birliği öyküsünü içerir. Ya da ham maddesi ithal edilirse, mamul ithalinin nasıl ikame edildiğini anlatır.

Türk işletme tarihinde Tanzimat (1839) sonrası üretim sürecinin incelenmesi, yüz elli yıllık geçmişte, kullanılan teknolojinin gelişme çizgisini orya koyar. Batı Avrupa teknolojisinin ne ölçüde izlenebildiğini gösterir. Öte yandan bu süreç, üretim tekniğinde yaratıcılık öyküleri ile doludur. Pahalı ithal makinelerin nasıl ucuza yerli üretildiğini anlatır. Türk teknoloji dünyasının yaratıcı yanını ortaya koyar. Teknoloji transferi konusunun geçirdiği evreler ile ilgilidir. Ve üretim – teknoloji beraberliğinin, Türk sanayiinin gelişmesi doğrultusunda değerlendirilmesi, Türk işletmeciliğinin ve Türk sanayi tarihinin ilginç safhalarından birisini oluşturur.

Teknoloji tarihinde, ülkelerin sanayi kuruluşunu oluştururken şu dört aşamadan geçtiği görülür:

- 1. Sanayi kuruluşunun, anahtar teslim olarak, sanayilemiş bir ülke teknolojisi tarafından yapılması. Sanayileşmenin ilk evresindeki ülkeler için geçerlidir.*
- 2. Makinelerin ithal edilerek yerli girişimcinin sanayi kuruluşunu oluşturması. Sanayileşmede ikinci evreyi oluşturur.*
- 3. Makinelerin ithal makinelere benzetilerek, yerli girişimci tarafından üretilmesi ve sanayi kuruluşunun oluşturulması. Sanayileşmede üçüncü evredir.*
- 4. Makine üreten teknolojiye sahip olunarak, makinelerin üretilmesi ve sanayi kuruluşunun oluşturulması. Sanayileşmede son evredir.*

Türk sanayi tarihi uzun süre, birinci dönemi yaşamıştır. 1840'larda Osmanlının ilk sanayileşme hamlesinde genellikle bu

usul kullanılmıştır. XIX. Yüzyılın ikinci yarısı ile XX. yüzyılın başlarında da birinci ve ikinci aşamalardan birlikte yararlanılmıştır. Cumhuriyet'in ilk dönemi olan 1923-1950 döneminde geniş ölçüde ikinci dönem yaşanmıştır. 1950 Sonrasında da genellikle ikinci dönem etkin olmuştur. Bu nedenle Türkiye'de bütün özendirme önlemlerinde gümrük bağışıklığı önde gelmiştir. Bu durum teknoloji transfer eden bir ülkenin klasik yapısını göstermektedir. Dünyada üçüncü ve dördüncü evrelerin sürekli gelişme halinde olması, Türkiye gibi ülkelerin bu evrelere geçmesini güçleştirmektedir. Bu nedenle XX. yüzyılın sonlarında Türkiye'nin makineleşmede ikinci ve üçüncü dönemleri birlikte yaşadığı anlaşılmaktadır.

Bir sanayi işletmesinin klasik üretim yapısının, dört unsurun bir araya gelmesi ile gerçekleştiği üzerinde daha önce durulmuştu: Makine, malca sarflar, enerji ve emek. Bu dört unsur her işletmede farklıdır ve işletmenin tarihinde önemli faktörleri oluşturur.

İşletmenin, Türkiye'nin bulunduğu ortamın oluşturduğu koşulların gerisinde kalması ya da ortalama yapının önüne geçmesi onun tarihinde önemli bir olguyu ifade eder. Türkiye'nin, bugün makineleşmede ikinci ve üçüncü evreyi birlikte yaşadığı üzerinde yukarıda durulmuştu. Eğer, bir işletme, sürekli üçüncü evreyi yaşıyor ve kendi makinelerini kendisi üretiyorsa, yaşanan bu dönem onun tarihinde rakiplerine göre ileri bir seviyede olduğunu gösterir.

Üretimin ikinci unsuru olan ilk madde, yardımcı madde ve işletme malzemesi konusunda da (yani malca sarflarda da) benzer durum söz konusu olabilir. Dış alım ham madde yerine yerli madde kullanan bir işletmenin bu davranışı ülke ekonomisine bir katkıdır. Ya da fireleri değerlendiren bir işletme aynı katkıyı sağlıyor olabilir.

Enerji kullanımında yenilik yapılması, yenilenebilir enerji kaynaklarına öncelik verilmesi, hem çevre kirliliği ve hem de döviz tasarrufu sağlamak açısından önem taşır. Kendi enerjisini kendi üretmeye başlayan bir işletmenin, o iş kolundaki üstünlüğü, her zaman onun tarihinde önemli bir dönüm noktası olur. Enerji tasarrufu yatırımları da aynı doğrultuda değerlendirilir. Emek konusunda ise, kendi işçisini eğiten, iş güvenliğini önde tutan işletmenin bir özelliği var demektir. İşçi verimliliği de aynı doğrultuda değerlendirilebilecek bir özelliktir.

Üretim açısından söylenebilecek bir başka husus, yeni mamullere, kaliteli ürünlere sahip ve kendi alanında marka yaratabilen işletmenin, bu konulardaki başarısı üzerinde her zaman durulur. İşletmenin mamulleri ile ilgili olarak aldığı ödüller, onu sektöründe öne çıkarabilecek nitelik taşır. İlk mamulü yerli üreten, mamullerinde sürekli yenilikler yapan işletmenin bu özelliği onu öne çıkarır ve tarihindeki bir özellik olarak ortaya çıkar.

4.3. Pazarlama Fonksiyonu Verileri

Yukarıda belirtildiği üzere, pazarlama faaliyetleri geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu faaliyetlerin tarihte bir gelişme çizgisi vardır.

Yeni bir üründe kâr maksimizasyonuna gidilebilir. Ama bu, rakip yaratabilecek bir yoldur. Öte yandan fiyatlandırmada öncü işletmeler vardır. Onun belirlediği fiyatı, iş kolundaki öteki işletmeler izler. Bu durum, öncü işletmeye üstünlük sağlar. Onun tarihinde önemli bir faktör olarak değerlendirilir. Veresiye satış, taksitle satış stratejilerinde de aynı hususlar geçerli olabilir. XX. Yüzyılın ikinci yarısında Türk işletmeleri, genellikle lider işletme dönemini yaşamışlardır.

Pazarlama kanalları toptan, yarı toptan ve perakende olarak klasik bir yapıya sahiptir. Tarih boyu bu kanalların her birinin etkisi değişir. Bu değişiklik, mamul türlerine göre de yaşanmıştır. Otomobilde en fazla bir genel dağıtım firması, bir de bayi vardır. Ama bir bakkal ürününde üç pazarlama kanalı da işlerlik kazanabilir. Bu kanalları en iyi kullanan işletmenin üstünlüğü var demektir. İşletme tarihi, fabrikadan tüketiciye anlayışı ile bu kanalları en aza indirerek nasıl üstünlük sağladığına ilişkin örnekler ile doludur. Tabii malın bu stratejiye uygun olması koşulu ile. Aynı pazarlama kanalını izleyen iki rakip üründen, örneğin meşrubat sanayii ürününden birisinin kapaklarına bedava ürün koyması onu öne çıkarır. Tarihte bu usulü ilk ortaya koyan işletmenin nasıl öne çıktığını gösterir örnekler vardır.

Ama işletme ürününü öne çıkaran önemli faktörün reklam olduğunu belirtmek yanlış olmasa gerektir. Gazete reklamından başlayan, duvar ilanı ve yol boyu ilanları ile gelişen, radyo, televizyon ve giderek internet ile reklam yapma yolları, tarih boyunca uzanır gider. Uzun ömürlü bir işletmenin tarihi boyunca bu reklamlardan nasıl yararlandığının incelenmesi, işletme – reklam- tüketici ilişkisinin beraberliğinden işletmenin yararlanma sürecini gösterir. Bu ilginç bir öyküdür ve işletme ürünlerinin gelişme doğrultusunu, tüketiciye yaklaşımını, pazarlama stratejilerini ve reklam kanallarının etkinliğini ortaya koyar. Reklam tarihi, üretici- tüketici ilişkisinin tarihidir. Ürünü tanıtır, kullanımı ile ilgili bilgi verir, ürünün yararlarını ve tüketiciyi nasıl etkilediğini öne çıkarır... Bundan en iyi yararlanan ürün öne çıkar. Ve bu arada birbirini izleyen reklamlar, ürünlerin gelişim çizgisini gösterir. İşletme tarihinin en ilginç araştırma araçlarından birisi o mala ait reklamlardır. Kapitalist bir düzenin, liberal bir ekonominin vazgeçilmez unsuru reklamdır.

Çağdaş bir serginin, uluslararası bir fuarın mamul tanıtımındaki gücü yadsınamaz. XIX. Yüzyılın ikinci yarısı ulusal ve uluslararası fuarlar çağıdır. Bugün de modası geçmeyen, ulusal olsun, uluslararası olsun, alıcıları etkileyen ve onları yeni ürünler ile tanıştıran, kıyaslama yapmalarını sağlayan tanıtım yerleri fuarlardır. Bir işletmenin, fuar ve sergilerde ürünlerine talep yaratma öyküsü, o işletmenin tarihinde özel bir yere sahip olabilir. Reklamdan yararlanma stratejisinin, işletmenin başarısı ile ilişkisi üzerine yapılan incelemelerin, işletme tarihinde özel bir yeri olduğunu unutmamak gerekir.

Türk işletme tarihi, pazardaki yenilikleri takip edemediği için, reklamdan iyi yararlanamadığı için, yurt dışına açılmadığı için ömrü kısa olan işletme örnekleri ile doludur. Reklamdan en iyi şekilde yararlanarak sektörün lideri olan işletme örnekleri de vardır.

4.4. Finansman Fonksiyonu Verileri

Liberal bir ekonomide, işletmenin yararlanabileceği finans araçları giderek çeşitlenmekte ve fazlaşmaktadır. İşletmenin çağdaş finans araçlarını izlemesi ve bu araçlardan yararlanması onu öne çıkarabilir. XX. Yüzyılın ikinci yarısında Türk işletmelerinin yararlandığı en önemli iki finans aracından birisi, yatırım ve kalkınma bankalarıdır. İkincisi de sermaye piyasasında pay senetlerinin satılması, başka bir deyişle halka açılmadır. Tabii zaman zaman bunların yanında tahvil çıkarılması gibi yollar da etkin olmuştur. Ve sözü edilen yüzyılın sonlarında ticaret bankalarının da uzun süreli işletme ve yatırım kredisi vermeleri yararlanılabilecek finans araçlarını artırmıştır. Yine XX. yüzyılın ikinci yarısında kur garantili döviz kredileri uygulamaları da gündeme gelmiştir. Yani Türkiye’de XX. yüzyılın ikinci yarısı, finans araçlarının çoğaldığı ve çeşitlendiği bir dönem olmuştur.

XX. Yüzyılın ikinci yarısında, böyle bir süreçte işletme finansı bilim haline gelmiştir. Bu finans araçlarından optimal yararlanan işletmelerin, büyümelerini sürdürme şansını elde ettikleri görülmektedir. Öte yandan sözü edilen zaman dilimi, aşırı borçlanıp, borçlarını ödeyemeyen ya da döviz kurlarını iyi hesaplayamayıp, kur farklarını kaldıramadığından faaliyetine son veren işletme örnekleri ile doludur. İşletme tarihinde, finans olanaklarının ölçüsüne uyamadığından, fazla borçlanarak faaliyetine son veren işletme örneği az değildir. Buna karşılık, finans olanaklarından optimal yararlanarak büyüyen işletme örnekleri de çok fazladır.

Veresiye satın alma da bir finans kaynağıdır. Ancak işletmenin içinde bulunduğu iş kolunun özellikleri ile yakından ilgilidir.

Ekonominin küreselleşmeye doğru yönelmesi, uluslararası finans disiplininin önemini artırmaya başlamış görülmektedir. Dış satım ve dış alımda yararlanılabilecek finans olanakları çoğalma eğilimine girmiştir. Uluslararası büyük işletmelerin, dünyanın çeşitli yerlerinde üretim yapmaları, uluslararası finans kaynaklarından beslenmeleri ile olanaklı duruma gelmiştir. Bu işletmeler küresel ekonominin öncüsü durumundadırlar. Onların tarihi de, küresel işletmecilik tarihini yaratmaktadır. XX. Yüzyılın ilk yarısında bir işletmenin ürünlerinin (özellikle otomotiv sanayii ürünleri), dünyanın çeşitli yerlerinde satılması, ekonomik küreselleşmenin öncüsü durumunda idi. Sözü edilen yüz yılın ikinci yarısında ise, üretimin, talebin olduğu ülkede yapılması, buna eklenmiştir. XXI. Yüzyılın başlarında ise, bu işletmelerin çok uluslu şirketler haline geldikleri görülmektedir.

Buldukları coğrafyadaki finans olanakları ile büyüdükleri ve ortaklık yapılarının da buldukları ülkenin sermaye piyasasından yararlandığı anlaşılmaktadır.

Geleceğin işletmeleri, dünyanın çeşitli yerlerindeki sermaye piyasalarından yararlanarak büyüme stratejisini benimseyeceğe benzemektedir. Bunun için uluslararası muhasebe standartlarından ve denetleme standartlarından yararlanmaları gereği vardır. Bugün uluslararası gezen – yüzen sermayenin, sermaye piyasalarını yoklamaları, borsalarda pay senedi almaları bu durumun öncüsü olarak görülmektedir.

Ekonomik küreselleşmenin, uluslararası finans dünyasının gelişmesine bağlı olarak gelişeceğini söylemek yanıltıcı olmasa gerektir. Küreselleşme ile uluslararası finans özdeş gibi görülmektedir. Gelecekte işletmeler, küresel ekonominin birer aktörü olacaklarsa, bu başarıları, işletmelerin uluslararası finans ile kol kola girmekteki becerileri ile paralellik gösterecektir. Gelecekte işletme tarihi, bu beraberlik öyküleri ile dolu olacaktır.

Finans dünyasının ve özellikle sermaye piyasalarının gelecekteki önemi, işletme kârının yerini, işletme değerine bırakma eğilimini ortaya koymasıdır. Bu demektir ki, işletmelerin kâr ile büyümesi, yerini sermaye piyasası ile büyümeye bırakacaktır. Bu, finans dünyasının artan önemini göstermektedir. Burada anlatılanlar, işletme finansı konusunda söz sahibi olan uzmanların görüşlerinden alınmıştır. Ortaya konulmak istenen şudur: nasıl ki, geçmişte finans fırsatlarından en iyi yararlanan işletmeler büyüebilmiştir, gelecekte de finans dünyasındaki gelişmeleri iyi izleyen, iyi değerlendiren ve iyi yararlanan işletmeler daha fazla başarılı olabileceklerdir.

4.5. Ticaret Hukuku ve Öteki Hukuk Alanları Gereği Hazırlanan Belgeler

Bugün işletme tarihinin başta gelen araçları arasında, ticaret sicil gazeteleri, işletme faaliyet raporları, yönetim kurulu karar defterleri ve imza sirkülerlerine doğru uzayıp giden hukuki belgeler yer almaktadır.

Ticaret sicil gazeteleri, işletmenin ticari şekil yapısından, faaliyet konularına, ortaklık yapısına, şirket sermayesindeki değişimlere doğru uzanan ve onun hukuki kararlarını, tarihi gelişim çizgisinde oraya koyan bilgiler ile doludur. Bunlar, işletmenin tarihi ile ilgili en önemli bilgilerdendir. Çünkü ticaret hukuku çerçevesinde düzenlenen bu bilgiler, işletmenin sicilini oluşturur.

İşletme tarihinin ülkenin ticaret hukuku kültürüne sıkı sıkıya bağlı olduğu görülür. Türkiye’de batı Avrupa ticaret hukukundan alınan 1850, 1926, 1957 tarihli ticaret kanunları işletmelerin hukuki yapılarının batı Avrupa kültürüne uygun gelişmesinin önünü açmıştır. 2011 Yılında kabul edilen yeni Türk Ticaret Kanunu ise küreselleşmeyi esas almış ve Türk işletmelerinin küresel ekonominin birer parçası olma yolunu açmıştır. Gelecekte işletme tarihi, bu ticaret kanunundan en iyi yararlanan işletmelerin öykülerini anlatacaktır. Bu, Türk işletmelerinin küreselleşme tarihi olacaktır.

1850 Öncesi İslam ticaret hukuku geçerlidir. Ancak 1850 tarihli Kanunname-i Ticaret sonrası, batı ticaret hukuku ülkeye gelmiştir: Ama, İslam ticaret hukuku etkisini sürdürmeye devam etmiştir. Bu kanun sonrası dört tür girişimci ortaya çıkmıştır. Bunların ilk grubu, İslam hukukuna bağlı olarak ticaret yapmaya devam etmek isteyen Türk Müslümanlardır. Bunlar genellikle esnaf düzeyinde İslam

hukuku çerçevesinde ticaret yapmaya devam etmişlerdir. İkinci grubu, Müslüman olmayan yerli girişimcilerdir. Bunlar, eskiden beri ticaret ile uğraştıkları için deneyimlidirler ve yeni yasal düzenlemelerden yararlanma eğilimi göstermişlerdir. Eski alışkanlıklarını yeni yasal düzenlemelere uydurmaya çalışmışlardır. Bir üçüncü grup vardır ki, bunlar yurt dışından gelmiş Hristiyanlardır. Fransız ve İtalyan kökenlidirler, güneşin doğduğu yer anlamına gelen Levanten adı ile anılırlar. İzmir, İstanbul ve İskenderun'da ticaret ile uğraştıkları görülür. Tanzimat sonrası oluşan batı Ticaret hukuku ortamından en çok yararlanan bunlardır. Bu nedenle denilebilir ki bunlar, modern işletmeciliğin öncüleridirler. Bu üç grup girişimciye bir de Osmanlı Bankasının kuruluşunu gerçekleştiren, Tünel işletmesini hayata geçiren, Düyun-ı Umuniye'nin Reji (tütün) işletmesini kuran yabancı uyruklular ve bunlar, Türk sermaye piyasasından yararlınsalar da yabancı sermayedarları temsil ederler. XIX. Yüzyılın ikinci yarısındaki batılılaşma sürecinde bu dört grup girişimcinin Anadolu ve Rumeli'de ticaret ve sanayi faaliyetinde buldukları gözlenmektedir.

Bütün bunlara bir de girişimci olarak devleti eklemek doğru olacaktır. Kâra dayalı işletmecilik anlayışına uyum sağlayamayan, buna karşılık askeri amaçlara dönük üretim yapmada ve elektrik üretimi gibi temel ihtiyaçların karşılanmasında başarılı olan bir girişimci olarak devlet ve diğer taraftan kamu yararına Şirket-i Hayriye gibi İstanbul deniz taşımacılığında şirketlerin kurulmasında öncü olarak devlet, ...

Biz yine ticaret hukuku belgelerine dönelim.

İşletmenin hukuki belgeleri arasında yer alan işletme faaliyet raporları, yönetimin başarısını ölçen bilgiler ile doludur. Tarihte faaliyet raporlarının, mali tablolar ile ilgili açıklamalara yer verdiği

görülmektedir. Elde edilen kâr hakkında alınan kararlar başta olmak üzere, işletmenin mali açıdan gelişme çizgisini ortaya koyacak bilgiler ile doludur. Daha ayrıntılı bilgiler veren, güncel işletme yönetimine dönük kararları içeren yönetim kurulu karar defterleri ise, stratejik işletme kararlarını gösteren en önemli kaynaktır. Sözü edilen karar defteri, işletmenin gelişme çizgisini ortaya koyan kararların öyküsünü dile getirir ve bu defterin kendisi bir tarihtir. En azından en önemli tarihi belgelerinden birisidir. İmza sirküleri ise, profesyonel yönetimin bir haritasıdır. Yönetim kurulu karar defteri ile birlikte imza sirküleri işletme yönetiminin bir numaralı belgesidir.

Ancak bu hukuki belgelerin saklanma yasal süreleri kısadır. Ve bu belgelerden yararlanma ülkenin arşivleme kültürü ile yakından ilgilidir. Ne var ki, Cumhuriyet'in işletme tarihi, bu belgelerin saklanma kültürü açısından zengin değildir. Bu hukuki belgeler, işletme tarihinin en önemli belgelerinden olmasına karşın, arşivleme kültürünün zayıflığı bu belgeleri Türk işletme tarihinin en zayıf halkaları haline getirmektedir. Yakın tarihlerde, Sümerbank, Etibank, Şeker fabrikaları, Çimento sanayii gibi Türk işletme tarihinin gurur abidelerine ait bilgi ve belgelerin elde bulunmayışı bu durumun acı örneklerini oluşturur. Bu arşivleme alışkanlığının yaygınlaşmasının ancak, işletme tarihi çalışmalarının artırılması ile mümkün olabileceğini unutmamak gerekir Büyük Türk sermaye grupları bu kültürü yaratabilecek, önemli birkaç belgenin tarihe mal olmasını temin edebilecek tek kaynak gibi görülmektedir.

Ticaret hukuku belgelerine, öteki hukuk dallarının belgelerini de eklemek olanağı ve gereği vardır. Bunları, vergi beyannameleri,

sosyal güvenlik hukuku nedeni ile hazırlanan belgeler ve benzerleri olarak sıralamak olanağı vardır.

4.6. Çalışanlar – İnsan Kaynakları İle İlgili Veriler

Bir işletmede üç tür insan gücü vardır. Bunlardan ilki girişimcidir. Birden çok işletmesi olmadığı sürece genellikle yöneticidir. Bunlardan kimilerinin, kendisinin, ailesinin ve işletmesinin tarihini yazdığı görülmektedir ki, bu bibliyografiler, işletme tarihinin bir numaralı belgeleridir. Çünkü, yatırım fikrinin doğuşundan, işletmenin gelişme çizgisine uzanan öyküleri içerir. Bu öncü kitaplar, en yetkili kaynaklardır. İşletme tarihinde, gelecek nesillere bırakılan manevi miras niteliği taşır. XX. Yüzyılın özellikle ikinci yarısında ve XXI. yüzyıl başlarında kimi büyük Türk girişimcilerinin bu yöndeki yayınları, işletme tarihi açısından fevkalade ümit verici şekilde artmaktadır. Ve işletme tarihi yazarlarını cesaretlendirici bir gelişme göstermektedir.

İşletmede ikinci grubu oluşturan insan gücü yöneticilerdir. İşletme büyüdükçe, bir girişimci grubunun işletme sayısı artıkça yönetici sınıfı öne çıkar. Cumhuriyet tarihinin ilk dönemi olan 1923-1950 yılları arasında, özel kesimden çok, iktisadi devlet kuruluşlarının yöneticileri vardır. Bunlar Türk işletme tarihinin öncü yöneticileridir. Ama bunlardan anılarını yazan pek yoktur. Bir bölümü, 1940 sonrası sermaye birikimini sağlaması ölçüsünde özel kesime geçmiş ve yönetici kavramını özel kesime taşımıştır. Bu öncüler genellikle mühendislerdir. Sermaye birikimi sağlayan özel kesim, mühendis kökenli yönetici alışkanlığını bu yönetici sınıftan almıştır. Özel kesim, fabrikayı kurabilen ve çalıştırabilen mühendisine yöneticilik verme eğilimini göstermiştir. Bu yönetici sınıfının birçok özelliği vardır. Hem patronu tanır, bilir, hem de işletmeyi bilir. Kimi kez kendisi de girişimciliğe

geçme eğilimi gösterir. Bunlardan işletmesini anlatan, patronunu anlatan yöneticilerin anıları çok değerlidir. Çünkü bu anılar çok yönlüdür. Ama bu tür bibliyografiler az sayıdadır. Bu tür yayınların çoğalması, işletme tarihine, çok büyük katkılar sağlayacaktır. Onların anıları yönetici – girişimci farkını ortaya koyacaktır. İşletme tarihinin, profesyonel personel anılarına çok ihtiyacı vardır.

İşletmenin üçüncü grup insan gücünü oluşturan işçi – usta ve memur sınıfı, işletme tarihine çok az katkıda bulunan bir grubu oluşturmaktadır. Oysa onlar, teknik yapıdan, idari yapıya uzanan çizgide görev yapan orta sınıfı teşkil ederler. İşletmenin sır birikimi onlarda saklıdır. Ama konuşmazlar, yazmazlar. Bu, sadece Türkiye’de değil, başka ülkelerde de böyledir. Henüz dünyada da yeni olan işletme tarihi çalışmaları arttıkça belki gelecekte, bu kaynağın bilime katkısı da olur.

4.7. Muhasebe Belgeleri

Bugün işletme tarihinin birinci sırada gelen araştırma araçları muhasebe belgeleridir. Çünkü işletmenin bilgilerini işletme dışına taşıyan belgeleri bu bölümün çalışmaları hazırlar. Bunlar mali tablolar, beyannamelerdir ve istatistik bilgilerdir. Devletin istatistik ihtiyacını bu bölüm karşılar; sosyal güvenlik kurumlarının, maliye bakanlığının, ticaret bakanlığı ve bağlı kurumların (meslek odaları), sermaye piyasası kurulu ve bankaların... ihtiyaçları işletmenin bu bölümü, personel bölümü ve yetkili öteki bölümleri tarafından karşılanır. Yani, bu belgeler ve bilgilere hem işletme ve hem de işletmeden bu belgeleri isteyen kurumlar sahiptir. Ama saklama süreleri sınırlıdır ve bilgi verme yetkileri genelde yoktur... İşletme tarihinin gelişmesi, bu belgelerin, bilgilerin on – on beş yıl sonra isteyenlerin incelemelerine

açılması düşüncesinin kabul görmesine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. İşletmenin büyüme süreci, kârlılığı, yönetimin başarısı bu belgeler ile ölçülür. İşletmenin sektörü içindeki karakteristikleri, öncülükleri, özellikleri bu belgelerdeki bilgiler ile saptanabilir.

Denebilir ki, işletme tarihinin var olması, onun gelişmesinde en önemli etken, muhasebe bilgilerine ulaşılabilmesi ölçüsünde mümkün olabirmiştir. Türkiye’de işletmeler, kendilerini yarına taşıyacak belge ve bilgilerin genellikle muhasebe bilgileri olduğunun bilincinde olmalıdırlar. Ülke işletme ve iktisat tarihinde ancak böyle iz bırakabilirler.

4.8. Ar – Ge (Araştırma ve Geliştirme) Verileri

İşletmelerin böyle bir bölüme sahip olma geçmişleri fazla değildir. İşletmenin öncülüğünü simgeleyen, buluşlarını ortaya koyabilen, yeniliklerini sergileyen bilgiler bu bölümden elde edilebilir. Ve bu özellikler, işletme tarihinde onu, sektörü içinde öne çıkaran bilgilerdir. Yeni teknik buluşlarını mamullerine yansıtarak, tüketiciye ulaştıran işletmelerin, öne çıktığını, onu geleceğe taşıdığını gösteren örnekler çoktur. Ve bunlar, işletme tarihinin en kritik ve önemli bilgilerdir. Bir bakıma, işletme tarihini var eden bilgilerdendir. Çünkü, işletmenin gelişme karakteristiğini ortaya koyarlar.

Çağın teknolojik gelişme çağı olduğu düşünülürse, bu çalışmaların önemi daha iyi ortaya konulabilir. Burada söylenebilecek bir başka husus, ileri teknolojinin belirli merkezlerde gelişme şansına sahip olduğudur. İşletmeler bu gelişmeleri takip edebildikleri ölçüde başarılı olabilirler. Böyle bir durumda, Ar – ge bölümünün görevinin, teknolojik gelişmelerin izlenmesi ve bu gelişmelerin

işletmenin yararlanabilmesine hazır hale getirilmesi ile sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Tabii belirli seviyedeki teknik gelişmenin araştırılması ve uygulanmasına çalışılması her zaman mümkündür.

Bu açıklamalar, Ar – ge bölümünün çalışmalarının ülkenin teknolojik gelişme düzeyine göre farklılık gösterebildiğini ortaya koymaktadır.

4.9. Halkla İlişkiler Verileri

İşletmelerin sahip olmaya başladıkları yeni departmanlardan birisi de, halkla ilişkiler bölümüdür. İşletmeler belirli büyüklüğe ulaştınca bu departmanı kurma eğilimindedirler. İşletme – çevre ilişkisini; işletme – tüketici ilişkisini çalışma konusu olarak benimseyen bu departmandır. Daha geniş açıdan çevre kirliliği, yaşanan zaman diliminde ve gelecekte işletme tarihinin önemli bir faktörü olacağına benzemektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluğunu ortaya koyacak nitelik taşımaktadır. İşletmenin çevreye verdiği zarar ve yararların ölçülmesi, gelecekte işletme tarihinin ana konuları arasında yer alacaktır.

Halkla ilişkilerin, işletme ve ürünleri ile tüketici ilişkilerini ölçen ve onu geleceğe taşıyan üretim planlamasının yapılmasına kaynak oluşturabilen özellikleri kuşkusuz devam edecektir. Ama insanoğlunun sanayileşmesinin çevreye verdiği zararın giderek daha fazla belirgin hale gelmesinin beklenmesi, işletme – çevre ilişkilerinin, işletme tarihinin gelecekte uğraş alanı olacağını göstermektedir.

5. SONUÇ

Türk işletme tarihinin, ülkenin yaşadığı hukuki, ekonomik ve sosyal koşullardaki değişimlere göre dönemlere ayrılabilirdiği

anlaşılmaktadır. Tabii izlenen siyaset – politika önde gelmektedir. Anadolu’da yaşayan eski medeniyetlerin bir işletme kültürüne sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu Anadolu işletme tarihinin farklı bir boyutudur. Ancak binli yıllardan sonra (1071- 1839), Anadolu’da Türk – İslam sentezine göre oluşan gelenek ve göreneklerin ve İslam hukukunun şekillendirdiği bir işletmecilik anlayışından söz etmek olanağı vardır. Bu, genelde mahalle üretimine dönük küçük işletme (esnaf) modeli çerçevesinde oluşmuştur. Bu yapıyı çerçeveleyen Ahilik, Lonca ve Gedik düzeni geleneğidir. Ancak, arada büyükçe sayılabilecek işletmelerin varlığı da görölmektedir.

XIX. Yüzyılın ortalarında, Tanzimat (1839) ile birlikte başlayan batılılaşma süreci, işletmecilik anlayışında sert bir dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. Sözü edilen yüzyılın ikinci yarısında, batı hukuku ile İslam hukukunun ve sosyo-ekonomik koşulların birlikte işletmecilik alanında geçerli olduğu görölmektedir. Batı hukukunun ve iktisadi anlayışının öne çıkması ve kendisini kabul ettirmesi ve İslami ticaret hukukunun tamamen ortadan kalkması, Cumhuriyet ile birlikte mümkün olabilmifitir. Bu nedenle XIX. yüzyılın ikinci yarısında, doğu hukukundan batı hukukuna bir geçiş süreci yaşanmıştır. Cumhuriyet dönemi, işletmeyi çevreleyen hukuki çerçevenin, iktisadi yapının ve sosyal yapının batılılaşma süreci yaşadığı bir dönem olmuştur. Batı hukuku çerçevesinde önce karma ekonominin (1923-1950), sonra liberal ekonominin (1950-1980) ve daha sonrada liberal ekonomi çerçevesinde dışa açılma sürecinin (1980-2011) yaşandığı gözlenmektedir. Yüz yıla yakın bir geçmişi olan Cumhuriyet döneminde işletmeciliğin, batı hukuku çerçevesinde üç ayrı iktisadi koşullar kümesi içinde geliştiği anlaşılmaktadır. Bu gelişme çizgisi başlangıçta, devlet işletmeciliği

anlayışı çerçevesinde ortaya çıkmış, zamanla (XX. yüzyılın ikinci yarısında) özel kesim ağırlıklı gelişme göstermiştir.

2011 Yılında kabul edilen yeni Türk Ticaret Kanunu ile Türk işletmecilik anlayışı, küresel iktisadi ve hukuki koşullara göre yaşanacak yeni bir döneme girmiş bulunmaktadır.

Türk işletmecilik tarihini, yaşanan bu iktisadi, hukuki, sosyal koşullar ve zaman zaman siyasi koşullar çerçevesinde incelemek gereği vardır.

KAYNAKLAR

- Aytemur, Ö. J. (2010). *Türkiye'de Yönetim Düşüncesinin Erken Dönemleri*, Sümerbank (1930-1945). İstanbul: Libra Yayınevi.
- Balcı, R., Sırma, İ. (2012). *Memaliki Osmaniyede Osmanlı Anonim Şirketleri*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Bozdemir, M. (2011). *Osmanlıdan Cumhuriyete Endüstriyel Mirasımız*. İstanbul: İTO Yayınları, Yayın No: 2010-79.
- Bülbül, Y. (2010). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Özel Girişimciliğe Yönelik Devlet Politikaları*. İstanbul: İTO Yayınları, Yayın No:2010-11.
- Can, H., Tuncer, D., Ayhan, D.Y. (1991). *Genel İşletmecilik Bilgileri*. 3. Baskı. Ankara: Adım Yayıncılık.

- Dirlik, S, Leblebici, H. (2017). Türkiye'deki İşletmelerin Tarihini Anlamada İktisadi, Politik, Sosyal ve Yasal Bağlamın Önemi. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 45 (0), 140-153. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/iuisletme/issue/30531/330290>
- Dölen, E. (1992). *Tekstil Tarihi: Dünyada ve Türkiye'de Tekstil Teknolojisinin ve Sanayinin Tarihsel Gelişimi*. Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Eldem, E. (2000). *Osmanlı Bankası Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Emmioğlu, K. (2010). *Türkiye'nin Sanayileşme Serüveni*. Ankara: Elips Kitap.
- Erol, M., Aslan, M. (2017). *Türkiye'de Finansal Tabloların Kamu İktisadi Teşebbüslerindeki (KİT) Gelişimi*. Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi. S: 51, s. 41-72.
- Erserim, A. (2017). Türkiye'de Muhasebe Disiplininin Gelişimi: İlk İşletme Dergileri Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 45 (0), 70-80. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/iuisletme/issue/30531/330284>
- İstanbul Ticaret Odası. (2013). *Türkiye'nin ve İstanbul'un Asırlık Şirketleri*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Kazgan, H. (1991). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Şirketleşme*. İstanbul: TÖBANK.

- Keskin, H. (2017). İşletmenin Fonksiyonları. 18.01.2018 tarihinde <http://avesis.yildiz.edu.tr/ImageOfByte.aspx?Resim=8&SSNO=8&USER=5177> adresinden alınmıştır.
- Koçel, T. (2007). İşletme Yöneticiliği. 11. Baskı. İstanbul: Arıkan Basım Yayın Dağıtım Ltd.Şti.
- Pazarcık, Y. (2017). Türkiye’de İşletme Yüksek Lisans Eğitiminde İlk Adım: İşletme İdaresi Kurslarına İlişkin Bir Sözlü Tarih Çalışması. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 45 (0), 9-25. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/iuisletme/issue/30531/330280>
- Satış, İ. (2012). Islah-ı Sanayi Komisyonu ve Şirketlerin Teşekkülü:Debbağ Şirketi Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. C: 9 S: 18, s. 417-429.
- Tatar, T., Üner, M.M. (1992). İşletmecilik İlkeleri. Ankara: Gazi Büro Yayınları.
- Tuna, S. (2009). *Türkiye’de Devlet İşletmeciliği ve Sümerbank*. İstanbul: Derlem Yayınları.
- Yatar, R. (2015). İşletmenin Genel Fonksiyonları. 18.01.2018 tarihinde <https://receptyatar.wordpress.com/2015/12/02/isletmenin-fonksiyonlari/> adresinden alınmıştır.
- Yılmaz, C. (2011). *Osmanlı Anonim Şirketleri*. İstanbul: Scala Yayıncılık.