



SPOR İŞLETMECİLİĞİNE GİRİŞ

Bölüm 2

Mehmet Cihan YAVUZ¹

BÖLÜM HEDEFLERİ

Bu bölümü okuduktan sonra şunları yapabilmelisiniz:

1. İşletme ile ilgili temel kavramlar, işletmelerin faaliyet alanları ve başarı koşulları hakkında bilgi vermek,
2. İşletmelerin amaçları, fonksiyonları, çevresi ve sorumluluklarını açıklamak,
3. İşletmelerin sınıflandırılması, kuruluşu, büyümesi ve küresel rekabette başarı şartlarını açıklamak.

SPOR İŞLETMECİLİĞİNE GİRİŞ

Yaşamakta olduğumuz piyasa ekonomisinin en önemli gerçeklerinden birisi talep yaratmak ise talebi karşılayacak ürün ve hizmetlerin uygun maliyetlerle, amaca en uygun fonksiyonlarda üretilmesi ve tüketiciye/faydalanıcıya ulaştırılması diğer önemli bir gerçek olarak karşımıza çıkar. Burada bahsedilen ve işletmelerin verimli ve kârlı bir şekilde faaliyette bulunmalarını sağlayacak olan gerçekler ve daha fazlası, işletme biliminin konusu içinde yer alır. Günümüzde bir ticari veya sosyal girişim fikrine sahip olan kişilerin, yukarıda değinildiği üzere bu fikirlerinin ticari, sosyal veya bir fikir/dava satışı konusu olması, kâr amaçlı ya da kâr amaçsız olması işletme biliminin uygulanması gerçeğini değiştirmez. Bundan başka, hangi sektörde faaliyette bulunduğun da bir önemi yoktur. İşletmecilik bilgilerinin ve teknikleri kozmetik, gıda, otomotiv, elektronik eşya, siyaset, sağlık, spor, eğitim vb. sektörden sektöre değişiklik göstermez ancak mutlaka

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mcjavuz@cu.edu.tr

bir alan olabilir. İşletme bunlardan birden fazlasında da iyi olabilir ancak bu “iyi” durumunu küresel pazarı dikkate alarak en aza indirmek rekabet gücünü ve odaklanmayı artıracaktır.

Sonuç olarak, günümüzde her bir bireyin, ister kendi işini kurmak istesin ister bir işletmede çalışsın temel işletme bilgilerine sahip olması önemli bir kazanımdır. En kötü ihtimalle genel kültür artırıcı faydalı bilgilerdir. Ekonomiyle, sosyal hayatla ilişkili her bireyin bu kavramları bilinçli veya bilinçsiz kullandığını ve kullanmak zorunda olduğunu dikkate aldığımızda bu konudaki okur-yazarlığımızın artması gerek girişimcilik yolunda başarımızı gerekse işletme dünyasını, ekonomiyi anlamamızı kolaylaştıracaktır.

KAYNAKLAR

- Baraz, A.B. (2016). İşletmeler ve özellikleri. Zafer Erdoğan ve Didem Paşaoğlu (Editörler), *İşletme ilkeleri* içinde (s.22-49). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Brassington, F. & Pettitt, S. (2007). *Essentials of marketing* (2. Edition). Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Döm, S. (2008). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ertek, T. (2019). *Temel ekonomi* (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Morrison, A., Rimmington, M. & Williams, C. (2011). *Entrepreneurship in the hospitality, tourism and leisure industries*. New York: Routledge.
- Odabaşı, Y. & Barış, G. (2007). *Tüketici davranışı* (7. Baskı). İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Resmi Gazete (18/3/2022). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik. 18/3/2022 tarihli ve 31782 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 17/3/2022 tarihli ve 5315 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı.
- Sayın, C. (2016). İşletmelerin sınıflandırılması. Zafer Erdoğan ve Didem Paşaoğlu (Editörler), *İşletme ilkeleri* içinde (s.50-71). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Basımevi.