İşletmelerin Amaçları

İşletmelerin başarı ve doğru kararlarının temel koşulu, neler yapacaklarını bilmeleridir. Dolayısıyla, faaliyetler başında amaçlar mutlaka net belirlenmelidir.

İşletmelerin amaçları, ulaşmak istedikleri halleri belirler. En üst yönetimden aşağı yapılanarak, temel ve alt amaçlar belirlenir. İşletmenin farklı birimlerinin amaçları birbirini tamamlayabilmeli ve destekleyebilmelidir.

**Temel Amaçlar**

İşletmelerin geleneksel temel amaçları, kar etmek ve topluma hizmettir. Bu temel amaçların sıra ve boyutları değişkendir. Ancak, her işletme için geçerlidir.

1-Kar Etmek: Kar, işletmelerin dönem sonundaki net kazancıdır. Dönem boyunca elde edilen gelirlerle katlanılan giderler arasındaki pozitif farktır. Negatif farka ise zarar denir. İşletmeler karlarını maksimize etmeye çalışırlar. Bunu sağlayan yerlere yatırım yapar ve kar azaltıcı şeylerden kaçınırlar. Özel işletmeler, kar özgürlüğü ölçüsünde kurulur ve yayılırlar.  
Kar bazen de çeşitli değerlendirmelerde ölçüt kabul edilir. İşletmelerin gelişme ve büyümelerinin göstergesidir. Üst yönetimin başarı ölçütü, personeller için ise teşvik unsurudur.

2-Topluma Hizmet: İşletmeler bulundukları topluma katkılarda bulunur ve hizmet ederler. Ancak, temel konu ana hedefin bu konuya odaklılık durumudur. Özel işletmelerin yalnızca topluma hizmet amaçlı işlememektedirler. Kar yönünden öne çıkan üretim alanı, topluma katkı yönünden önemsenmese de özel girişimcilere çekici gelebilir. İşletmeler, üretim yapıyorlarsa katma değer sağlar ve kişilere iş kapıları açarlar. Tüm bunlar topluma katkıdır. Ancak, işletmeler bu sonuçları başlangıç noktası almazlar.

Topluma hizmeti temel amaç edinen işletmeler, kapitalist ekonomilerde kamu girişimcileri olabilir. Ancak, toplumsal ve ekonomik gerçekler, bu amaçta çalışmanın uzun sürmesini engellemektedir. Türkiye’de, TC kuruluşundan beri, varlıklarını çeşitli seviyelerde koruyan kamu iktisadi teşekkülleri, toplumsal amaçlı kurulmuş kamu işletmeleridir. Ancak, günümüzde geldikleri nokta, amaç değişikliği, çalışma ilkelerinin pazar koşullarına uyarlanması ve özelleştirilmesi yönündedir.

**Özel Amaçlar**

İşletmeler, bazen temel amaçlarla birlikte gerçekleştirilmeye çalıştıkları özel amaçlar da güderler. Uzun dönemli büyüme, nitelikli mallar sunma, personellere uygun ücret, toplumsal sorumluluk gibi.

1-Uzun Dönemli Büyüme: İşletmeler, temelde uzun dönemde maksimum kar hedeflerler. Bunun temelinde varlıklarını sürdürebilme, sürekli büyüme ve gelişme imkanı sağlama vardır. Varlıklarını azaltarak, küçülme ve yok olma kar engelleyici etkenlerin bir araya gelmesi sonucudur. Uzun dönemde gelişme ve varılacak boyutlar, kıvamlı seviyeye varma karlılığa bağlıdır.

2-Nitelikli Mallar Sunma: Nitelikli mallar sunma, tüketicilere hizmet maksimizasyonu, karlılığı arttırıcı etkenlerdir. İşletmeler, üretim planlarken nitelik ve fiyat seviyesi kararlaştırırlar. Kararlaştırılan nitelik seviyesinin hedef kitleye uyması, nitelik ve fiyatın olumlu seviyelerde tutulması, işletmelerin pazardaki yeri ve karlılığını olumlu etkiler.

3-Personellere Uygun Ücret: İşletmelerin personellerine uygun ücretler ödemesi, çalışma koşullarının güvenlik ve sağlıklılığını sağlaması, etkin ve verimli çalışmaya teşvik eder. Personel ücretleri konusunda izlenecek politikalar, yönetim anlayışı, iş gücü organizasyonu, devlet tutumu gibi etkenlere bağlıdır.

4-Toplumsal Sorumluluk: Toplumsal sorumluluk, özel işletmelerde de geçerlidir. Dolayısıyla işletmeler, çeşitli çıkarları arasında mutlaka denge kurmalıdırlar. Bu dengeyi kurmak, işletmelere ilişkin toplumsal görüşlerin ılımlılığını sağlar, dolayısıyla işletmelerin yaşamını uzatarak, uzun dönemde kar maksimizasyonunu sağlar.

Günümüzde, bilhassa büyük özel işletmeler, karlarının bir kısmını çeşitli toplumsal etkinliklere aktarmak zorundadırlar. Aksi takdirde, yaşamları kısalır. Aşırı kar eden işletmelere tüketici, sendika ve çeşitli toplum kesimleri tepkiler verir. Bu tepkiler uzun dönemde, işletme içi sorunlar çıkarır. İşletmelerin kültürel çalışmalara katılması, spor kuruluşları kurması, sağlık ve güvenlik çalışmalarına girmesi, eğitimsel etkinlikleri toplumsal olumlu izlenim ve katkılar sağlar.

Günümüzde toplum ve işletmeler, doğal çevreyi korumaya çok büyük önem vermektedirler.

**İşletmelerin Sorumlulukları**

• Çalışanlara uygun ücret ve uygun çalışma şartları sağlamak.  
• Tüketicilere, uygun ve kaliteli mal veya hizmet sunmak.  
• Tedarikçilere uygun fiyat belirlemek ve ödeme taahhütlerinin yerine getirilmesini sağlamak, doğal çevreyi korumak ve ekolojik dengeyi bozmamak.  
• Topluma karşı iş ahlâkı normlarına uymak, toplumun değerlerini zedelememek, toplumsal bazı faaliyetlere sponsor olmak.  
• Rakiplere karşı haksız rekabette bulunmamak, onları suçlayıcı ve aşağılayıcı ifadelerden kaçınmak.  
• Devlete ve yerel yönetimlere karşı sorumluluklarını yerine getirmek.  
• Bağlı olunan meslek odalarına karşı, üye aidatlarını ödemek, yönetimde aktif görevler almak, seçimlere katılmak.  
• Finans kurumlarına karşı ödemelerini zamanında yapmak, doğru mali tablolar sunmak.

**3- İşletmenin varlığını sürdürmesi, büyüme ve gelişmesi:** İşletmeler belirli bir süre için faaliyet göstermek veya belirli bir büyüklüğü korumak amacıyla kurulmaz. İşletmenin varlığını sürdürmesi, zaman zaman ortaya çıkan fırsatları değerlendirmesi ve yine zaman zaman ortaya çıkan tehditleri bertaraf etmesi ile mümkündür.

Bu fırsatlar ve tehditler; işletmelerin büyümesi, küçülmesi, varlığını sona erdirmesi veya devam ettirmesi önemlidir. İşletmelerin varlığını sürdürmesi hem o işletme hem de istihdamın sürekliliği açısından büyük önem arz etmektedir. Gelişmesi de benzer şekilde devletin gelirlerini artıracak, yeni istihdam imkânları oluşturacak ve yerel bazı gelişmelerin sağlanmasına katkı sağlayacaktır.

**Çok Uluslu Bir İşletme Olan ABC’ye Yönelik Bir Araştırma**

Çok uluslu ABC işletmesi yönetim kurulu üyeleri, Etiyopya’dan 5.500.000 dolarlık alacağın istenmesine yönelik bir kararın altına imza atmışlardır. 100 yılı aşkın ömrü olan şirketin bu kararı milyonlarca kişinin tepkisine sebep olmuştur.

Şirket zaten geri kalmış ülkelere, anne sütü yerine kullanılan süt maması satarak ticari kazanç elde etmesi nedeniyle yıllardır eleştirilerin odağında bulunmaktadır.

Etiyopya’nın, 80 milyonluk nüfusunun, 35 milyonu yoksullukla yaşam savaşı vermektedir. Bununla birlikte nüfusun 12 milyonu ise açlıkla mücadele etmektedir. Ayrıca [UNICEF](https://unicef.org.tr/)’ in verilerine göre; Etiyopya nüfusunun sadece % 22’si standartlara uygun içme suyu kullanmaktadır. Bu oran ABD’de ise % 100’dür.

19. Yüzyılın sonlarında kurulan ve bugün gıda sektöründe en yakın rakibinin iki katı büyüklüğünde olan ABC’nin 2008 yılında satışları 120.980.000.000 avrodur.

Dünya üzerinde sayısı 400’e yaklaşan fabrikalarında 220.000 çalışanıyla faaliyet gösteren ABC, 130 ülkede 10.000’e yakın ABC ürünü her gün 2.000.000.000 tüketici tarafından tercih edilen dünyanın en büyük gıda şirketi olma özelliğini elinde bulundurmaktadır.